


# أسرار الانستقرام

تكبير عدد المتابعين، زيادة التجارة
و تحويل المتابعين إلى زبائن



سارة الرفاعي



# مرحبا

شكرا لكم لتحميل الكتاب الالكتروني! كما وعدتكم ، لا أريدكم الانتظار لفترة أطول حتى يتم إصدار الدورة الرسمية هذا الصيف. هذا هو السبب في أنني وضعت دليلًا سريعًا لكم حتى تتمكنوا من إعداد أنفسكم وأفكاركم لعملكم على الانستقرام.

هذا ليس كتابًا إلكترونيًا آخر يمكنك الحصول عليه عبر الإنترنت. هذه النصائح ساعدتني وعملائي في انتاج أكثر من 6 أرقام.




إذا أحببت هذا الكتاب الإلكتروني

تابعني و ارسل لي رسالة على

الانستقرام @sarah.refai

## اتمنى لكم الاستمتاع في هذا الكتاب

# الفهرس

الفصل 1:
هل حقا يمكن الانستقرام مساعدتك في نمو اعمالك على الانترنت ؟ — 6
الفصل 2:
البدء في الانستقرام — 12
الفصل 3:
إنشاء محتوى جذاب — 17
الفصل 4:
كيفية تطوير الانستقرام — 30
الفصل 5:
كيف يتحولون متابعينك الى زبائن — 38
الفصل 6:
قياس نشاطك التجريبي وتحليله — 50
الفصل 7:
أدوات الانستقرام لنقل حسابك الى المرحلة التالية — 55



يمكن أن يكون بدء حساب وسائل الاعلام الاجتماعية لعملك شيء مخيف. لان لديك الكثير للقيام به ، و في حين أنك تدرك أن الانستقرام يفيد شركتك ، فإنه يستغرق الوقت لخلق محتوى. و يمكن أن يكون أيضا تماما. من الصعب أن تعرف سواء كنت تحصل العائد على الاستثمار او لا.

هل لديك هذه المخاوف عندما يتعلق الأمر في الانستغرام. هل فكرت ، ما هي الفائدة من كل هذا؟

إن كان الأمر كذلك ، فأنت لست وحدك. مع الكثير من النصائح المتضاربة والآراء المتغيرة باستمرار يمكن أن يكون من الصعب جدا معرفة بالضبط ما لديك و كيف يجب أن يبدو مخطط تسويق، بالضبط كيف سوف تقودك إلى النتيجة المرجوة (مال).

لهذا السبب بالضبط قمت ببناء هذا الدليل حول كيفية استخدام الانستقرام لتنمية الأعمال التجارية ، والوصول إلى جوهر مال استنادا إلى تجربتي الخاصة.



يعد الانستقرام أحد أكبر العوامل التي أدت إلى نجاحي ، ولقد جمعت أفضل ما لدي حول هذا الموضوع هنا. في حين أن كل علامة تجارية مختلفة ،يمكنني أن أقول بثقة أنه بغض النظر عن المرحلة أو مكانك المناسب، أي عمل يمكن أن يستفيد من استخدام الانستقرام.



# هل هذا الدليل لك؟

إن لم يكن لديك حساب الانستقرام بعد لكن تريد أن تبدأ (والنجاح مع) ، سوف نقدم لك أدوات للقيام بذلك.

إذا كنت نشطًا على الانستقرام ولكن تحتاج إلى تجميل المحتوى والتحويل ، سأعلمك استراتيجيات جديدة وطرق الانخراط الخاص بك.

إن كان لديك حساب ناجح ، ولكن لست متأكدًا من كيفية تحويل المتابعين للعملاء سأعلمك بالضبط كيف. لقد قمت باختبارها وتحسين كل من طرقي الخاصة حتى تتمكن من أن تكون ناجح في الانستقرام ، أيضًا.



# الفصل

# 01

## هل حقا يمكن الانستقرام مساعدتك في نمو اعمالك على الانترنت ؟

مع أكثر من بليون مستخدم شهرياً، إنستغرام ليس فقط الشبكةالإجتماعية الاكثر و الاسرع نمواً في العالم ، لكنه أيضا منصة مثالية للترويج ، زيادة الإيرادات.

الجواب القصير على السؤال
هو: نعم ، يمكن أن يساعدك الانستقرام على تطوير أعمال تجارية عبر الإنترنت. لكنه أداة جدا قوية.

في الواقع ، إن كنت لا تستخدم الانستقرام للتسويق والنمو لقد فاتك عدد كثير من الفرص على الانستقرام، عملية تطوير لعلامتك التجارية يستغرق بعض الوقت والالتزام ، لكن وضعت الاستراتيجيات والتكتيكات لإرشادك من خلال هذه العملية. وبمجرد رؤية المشاركة الخاصة بك (و زيادة الإيرادات ، سترى أن كل شيء يستحق كل هذا العناء.

قبل أن نبدأ ، سوف أجيب على بعض الأسئلة الشائعة الواردة من الشركات وأعضاء. ربما طلبت هذه مرارا وتكرارا ، لذلك أريد الإجابة عليها قبل المضي قدما مع هذا الدليل.



# أسئلة مكررة

السؤال رقم 1 :

**لماذا الانستقرام شائعًا جدًا؟**

الهدف من الانستقرام هو التواصل بشكل حقيقي مع الجمهور المستهدف من خلال الصور المرئية. استجابة المستهلك إلى الصور المرئية أقوى من النص ، والبيانات المرئية أكثر لا تنسى من الكلمات أو الأصوات.
في الانستقرام ، يمكن أن تشير الصور المرئية إلى صور المنتج ،ميزات العملاء ومقاطع الفيديو حول ثقافة الشركة والصور النصية مع اقتباسات ، أو أكثر. الانستقرام منصة وسائط اجتماعية ،وأداة التسويق ، ويقدم العلامات التجارية الكثير من المرونة والخيارات عند التواصل مع جماهيرهم. الانستقرام أيضا يخلق تفاعلات أكثر إنسانية بين المستهلكين والعلامات التجارية.
كما يقدم الشركات فرصة للوصول إلى قاعدة المستهلكين الخاصة بهم أثناء التنقل.

السؤال رقم 2 :

**أي مشروع تجاري يستفيد أكثر من الانستقرام؟**

يمكن أن تستفيد العلامات التجارية في جميع المجالات المتخصصة من الانستقرام. بسبب طبيعتها البصرية وقاعدة المستخدمين ، (B2C) يميل إلى تقديم المزيد من الخدمات لشركات الأعمال التجارية للمستهلك
يمكن أن يكون الانستقرام فعالًا في خدمات مثل المصورين و أي من الشركات التي يمكن الصور أن تساعد في عملك.

السؤال رقم 3 :

**هل سأضيع وقتي إذا كنت أسوق عملي على الانستقرام؟**

لا يمكنني تقديم إجابة كاملة عن هذا السؤال ، لأنه عند التسويق على الانستقرام، يمكنك الحصول على ما وضعت فيه تصميم. الانستقرام يخدم بشكل أفضل الشركات ، يمكن لجميع الشركات الاستفادة من وجود حساب - إذا وضعوا في الوقت والجهد لخلق محتوى. لذلك نحن لا نعتقد أنك سوف تضيع وقتك.
التسويق على إنستغرام إذا قمت بتنفيذها بحكمة ، وهذا هو بالضبط السبب في أنني وضعت هذا الدليل لمساعدتك.

السؤال رقم 4 :

**كم من الوقت سوف يستغرق ليكون مشهور؟**

يعتمد خطك الزمني على مقدار الوقت والجهد الذي تبذله في بناء الانستقرام وتطوير مجتمع الخاص بك.
ستساعدك الاستراتيجيات في هذا الدليل بالتأكيد.

السؤال رقم 5 :

**هل من السهل الحصول على متابعين ونمو المجتمع؟**

نعم و لا. في هذا الدليل ، أوجز خريطة واضحة للانستقرام لبناء جمهور نشط للغاية ومجتمع ، لكن لا يمكنني أن أعد بأن هذه الخطوات ستكون سهلة. الحصول على المتابعين وتنمية عملك من خلال الانستقرام هو العمل.
يتطلب الكثير من البحث والوقت والتجربة والخطأ لمعرفة ما يصلح لأعمالك الخاصة ، المتخصصة والسوق المستهدف.

**لدي حسابات الفيسبوك ، يوتيوب ، وتويتر. يجب أن أضيف إينستاجرام؟**

فيس بوك يوتيوب وتويتر شبكات اجتماعية قيمة ، ولكن في رأيي و تجربتي ، فإنها لن تزرع نوع من المشاركة و الفائدة التي يمكن أن الانستقرام تزرع لعلامتك التجارية.
لذا أعتقد يجب إضافة الانستقرام.

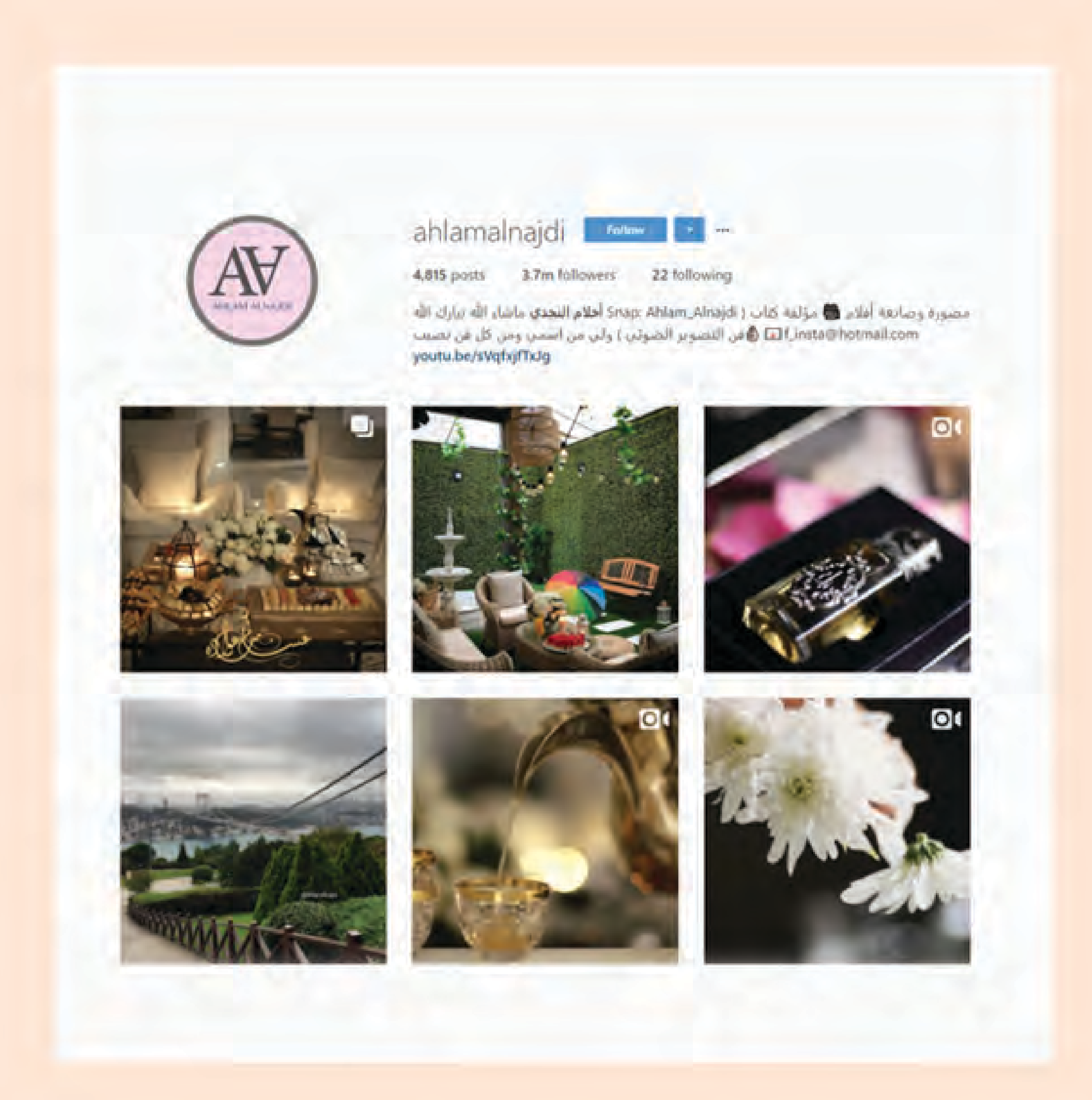
ولكن من ناحية أخرى ، إن لم يكن لديك الوقت و الموارد لوضع في حساب الانستقرام، من الأفضل ألا يكون لديك الانستقرام على الإطلاق من أن يكون لديك حساب متواضع ونصف نشط. إن كنت بالفعل تريد إنشاء محتوى للشبكات الاجتماعية الأخرى ، يمكنك التكيف مع هذه الاستراتيجيات للانستقرام الخاص بك حتى معرفة ما يعمل بشكل أفضل لعلامتك التجارية على المنصة.

السؤال رقم 6 :

**أي نوع من الحساب الانستقرام مناسب لاعمالي؟**

هناك ثلاثة أنواع رئيسية من حسابات الانستقرام يمكنك الإنشاء عندما يتعلق الأمر بتنمية عملك. لاحظ أن لجميع هذه الأنواع الثلاثة ، يمكنك ضبط حسابك على "ملف تعريف العمل" ، والذي يفتح بعض خيارات التحليل وبعض الامتيازات الصغيرة الأخرى. التمييز التالي هو المزيد عن نوع المحتوى الذي ستنشره.






# 01

## الملف الشخصي للأعمال

النوع الأول من ملف تعريف الانستقرام هو حساب تجاري. في هذا النوع من الحسابات ، يتم تمثيل العلامة التجارية وبيع المنتجات أو الخدمات بوضوح.

# 02

## العلامة التجارية

النوع الثاني هو حساب العلامة التجارية الشخصية وهو مناسب لقادة الفكر، المدونين ، والأفراد الذين يبيعون أنفسهم ، أكثر مما هم منتج أو الخدمة.

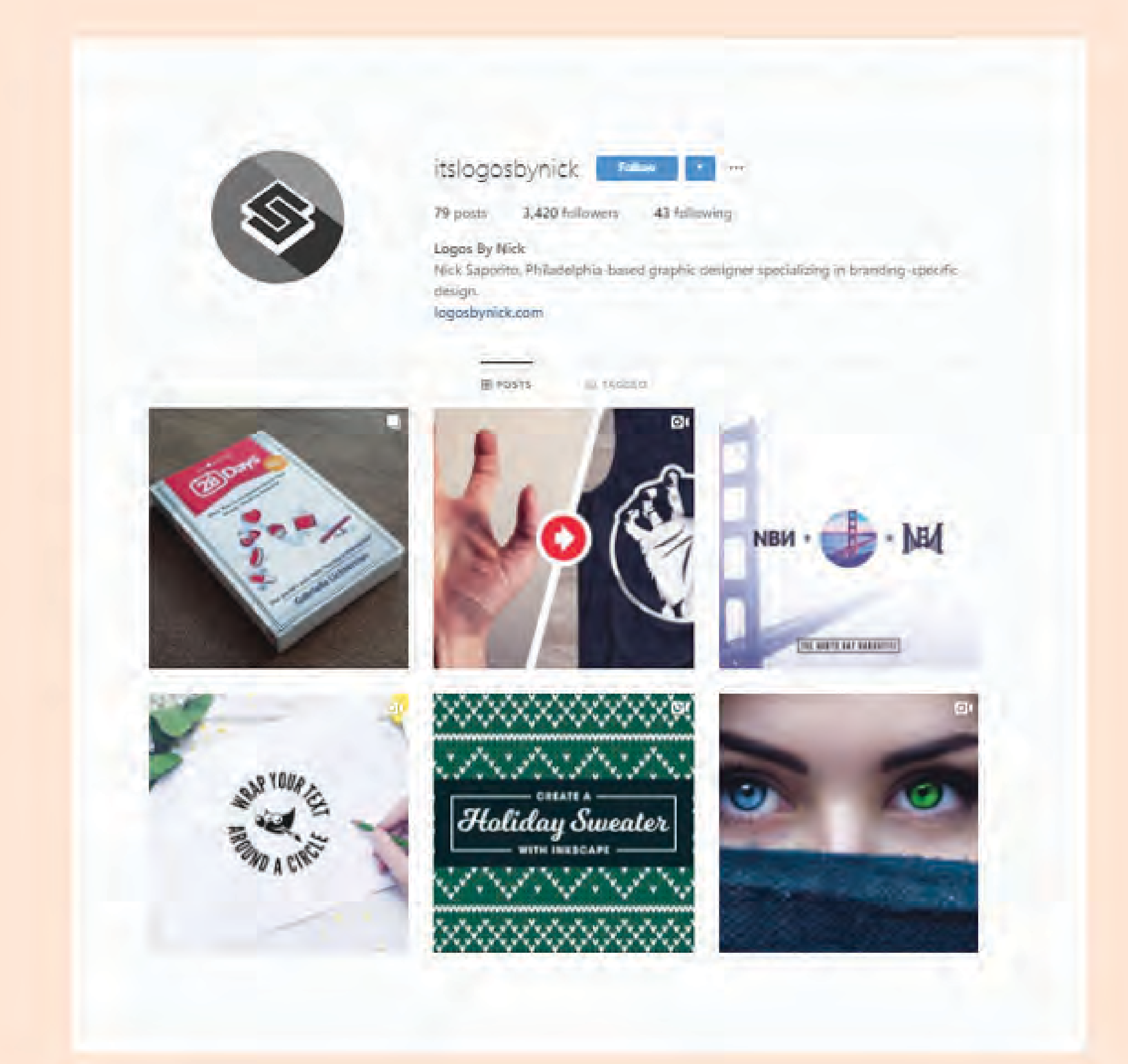



# 03

## صفحة المعجبين

النوع الثالث من الإنستقرام هو صفحة المعجبين هذه الملفات الشخصية لا تبيع أي شيء. في حين أن أنها تركز على زراعة الجمهور و تواصل اجتماعي. في المقابل ، فإنها تميل إلى النمو أسرع من أنواع الحسابات الأخرى.

هذه لمحات كسب المال من الإعلان ، الحصول على الرعاية ، أو القيام الصيحات.






سواء اخترت صفحة شخصية أو شركة تحمل علامة تجارية تعتمد الكثير صفحتك على العمل وما سوف تخدمها بشكل أفضل. إذا كنت تخطط لبيع المنتجات عبر الانستقرام، فربما لا تكون صفحة المعجبين من تلقاء نفسها مناسبة لك. ولكن لأن صفحات المعجبين تنمو هكذا بسرعة ، يمكنك إعداد ملف تعريف الأعمال ثم إنشاء صفحات المعجبين التي تعرض المنتج الخاص بك وتعزيز صفحة عملك.








## مستعدّ لتنجح عالانستقرام؟ تسجّل بأكاديمية إنستقرام اليوم لتعرف كيف.

**نعم، أرني كيف أنجح على الانستقرام**

## في أكاديمية إنستقرام ستتعلّم:

- كيف تقوم بإنشاء محتوى بالطريقة الصحيحة لتجذب عدد كبير من التفاعل على حسابك
- سرّ البايو في حسابك و قوّتها في جذب المتابعين
- كيفية بناء حساب تحوّل المتابعين إلى زبائن
- لا يزال هناك سوء تفاهم حول مفهوم النجاح على الانستقرام:

- الحصول على عدد كبير من المتابعين جيّد لكن دون جدوى اذا كنت غير قادر على تحويلهم الى زبائن

- الحصول على لايكات عديدة على صورك يسعدك، لكن اللايكات وحدها لن تدفع فواتيرك

- اذا كنت شخص جدّي في استعمال الانستقرام للحصول على زبائن و تحقيق الأرباح هذا الكورس لك و يمكنك الحصول عليه اليوم!



# الفصل

# 02




# البدء في الانستقرام

# ◆ الخطوة الأولى

**- إنشاء حسابك :** إن لم يكن لديك حساب في الانستقرام، فسيكون إنشاء حساب الانستقرام، سهلاً للغاية. هو في المقام الأول المحمول ، لذلك احصل على هاتف للبدء. (وإذا كان لديك حساب الانستقرام،، لا تتخطى هذا القسم. قد تكتشف طريقة جديدة للتحسين أو تنظيف ملف التعريف الخاص بك).

الجزء الأكثر قيمة في حسابك هو ملف التعريف الخاص بك. يخبر متابعيك و الآخرين من أنت وماذا تفعل وأين تجدك فعليًا عبر الإنترنت. تتضمن صفحتك أربعة أقسام مهمة: اسم المستخدم، الاسم ، والسيرة الذاتية ، وموقع الويب.

العنصر الأخير في صفحتك هو الصورة، ولكن هذه الخطوة مباشرة. قم بتحميل صورة لشعارك (أو شكل مختلف من شعارك) بحيث يبدو الحساب شرعيًا ويمكن تحديده للعملاء والمتابعين. تأكد من بتحميل صورة مربعة بحجم 110 × 110 بكسل لتحسينها وجعلها سهلة التمييز.

**- اسم الصفحة :** بعد ذلك ، اختر اسم الصفحة . هذا هو النص الغامق أعلى سيرتك الذاتية وبشكل أساسي يحدد ملف التعريف الخاص بك والأعمال. يظهر اسم ملفك الشخصي تحت اسم المستخدم الخاص بك في نتائج بحث الانستقرام، بدلاً من تكرار اسم نشاطك التجاري ، تستخدم الحسابات هذه المساحة لإضافة مزيد من التفاصيل حول ماذا يفعل عملهم. يمكنك أيضًا استخدام هذا القسم للحصول على إبداع مع اسم النشاط التجاري أو إضافة موقع أو أكثر.

**- سيرة شخصية البايو :** يعد البايو الجزء الأكثر أهمية في ملفك الشخصي ، وربما يأخذ لك معظم الوقت لاكماله. من المحتمل أيضًا أن تقوم بتحديث هذا كثيرًا ، كما تضيفه معظم العلامات التجارية.

**- موقع الكتروني :** دائمًا (دائمًا!) يجب ان تتضمن البايو موقعك الالكتروني يمكن أن يذهب هذا الرابط إلى الصفحة الرئيسية لنشاطك التجاري أو إلى الصفحة المقصودة للحصول على عميل متوقع حالي.

بعد إكمال ملفك الشخصي في الانستقرام ، يجب أن يكون هدفك هو الحصول على 5 إلى 10 المشاركات التي تم إنشاؤها ونشرها ، قريبًا إلى حد ما. في الفصل التالي ، سنناقش المزيد حول ما المحتوى للنشر.

أخيرًا ، نوصيك بتعيين حسابك كملف تعريف تجاري ، وهو أمر بسيط الخيار في قائمة الإعدادات. هذا يفتح ميزات التحليلات (المزيد عن ذلك لاحقًا، يتيح لك تشغيل العروض الترويجية والإعلانات ، ويمنحك زر "جهة اتصال" على الملف الشخصي.



# ◆ الخطوة الثانية

## كيف تتعرف على متابعيك :

الهدف من حسابك هو للتواصل مع متابعيك ، من الناحية المثالية سيكون نفس الناس أو في الأقل تتداخل إلى حد كبير مع الجمهور المستهدف. ذلك يقدم فرصة للحصول على ثقة الأشخاص الذين تريد التعامل معهم وفي نهاية المطاف بمثابة العملاء.

الطريقة للقيام بذلك هي مراجعة ملامح المنافسين. تقديم قائمة من أفضل 10 منافسين والعثور عليهم على الانستقرام. نلقي نظرة على المستخدمين الذين يعلقون ومراجعتهم ماذا يقولون بماذا مهتمون؟ بحث في ملفات هؤلاء المتابعين هم الذين يشاركون حقا ومعرفة ما الصفحات الأخرى.

اتبع هذه العملية نفسها مع الشركاء ، مع أصحاب النفوذ في الصناعة ، وأي حسابات أخرى تعتقد أنها قد يكون لها نفس الجمهور مثلك. هذا البحث يمكن أن تكون مضيعة للوقت ، لكنها ستساعدك على بناء جمهورك المستهدف في الانستقرام بإدارة حساب مناسب و قاعدة العملاء المثالية الخاصة بك.

تذكر: لا يمكنك نشر محتوى ، ذو قيمة حتى تعرف بالضبط من يشاهد هذا المحتوى، وتريد هؤلاء المشاهدين يكونوا الناس الذين هم من المحتمل أن يشتروا ما تبيعه.



# ◆ الخطوة الثالثة

## - وجود موضوع ثابت / تخطيط :

تريد أن يكون حسابك مثل برنامج تلفزيوني المفضل لأتباعك الاستمتاع به انه يعطيهم دائما شيء يحلو لهم و يعتمد على (سواء كانت منتجات أو علامات اقتباس أو مقاطع فيديو أو الصور ، وما إلى ذلك).

جزء كبير من المودة التي سيقومون بتطويرها لعلامتك التجارية سوف يأتي من شعور الألفة والراحة ، و يمكنك تعزيز ذلك من خلال موضوع متماسك.

فكر في كل الأشياء المرئية التي تنشئها لك الأعمال: كتالوجات المنتجات والإعلانات وحتى قوائم للمطاعم. تقضي الكثير من الوقت على تصميم وجمالية الأصول البصرية، ويجب أن تفعل الشيء نفسه للانستقرام الخاص بك ، من أجل نفس السبب - لأنه سيجذب المتابعين و تحويلها إلى عملاء.

## لذا اسأل نفسك: ما هو صوتك وكيف يترجم إلى صور؟

ابدأ بتحديد جمالية علامتك التجارية باستخدام سمات الشخصية. على سبيل المثال صفحتنا Igacademymiddleast ، جريئة و جديرة بالثقة. نحن نستخدم الكثير من التخطيطات النظيفة والبسيطة ، وجرعة صحية من اللون الأزرق. حاول تحويل السمات الخاصة بعلامتك التجارية إلى ألوان وأنماط التصوير الفوتوغرافي والمحارف. قرر ما هو صواب ويكون ثابتًا.

إن كنت تواجه مشكلة إنشاء سمة ، فارجع إلىالعلامة التجارية للإلهام. نلقي نظرة على تلك الأصول البصرية ذكرنا أعلاه. ما هي الأجواء التي تحصل عليها من هذه صور؟ هل تستخدم لوحة ألوان معينة ، مرشح ، حدود ،أو الإطار؟ هل علامتك التجارية مزاج مشرق أو مظلم؟ هل تلاحظ أي أنماط أو زوايا أو صور متكررة المؤلفات؟ وبالطبع ، من دون سرقة ، استلهم منها حسابات أخرى وحتى حسابات المنافسين.

يجب أن تكون جمالية الانستقرام الخاصة بك تمديد لعلامتك التجارية عموما. حين يزور الأشخاص صفحتك على الانستقرام يجب أن تكون قادرًا على معرفة ما أنت عليه، و لا تريد أن تضر العلامة التجارية أو تسبب الارتباك.

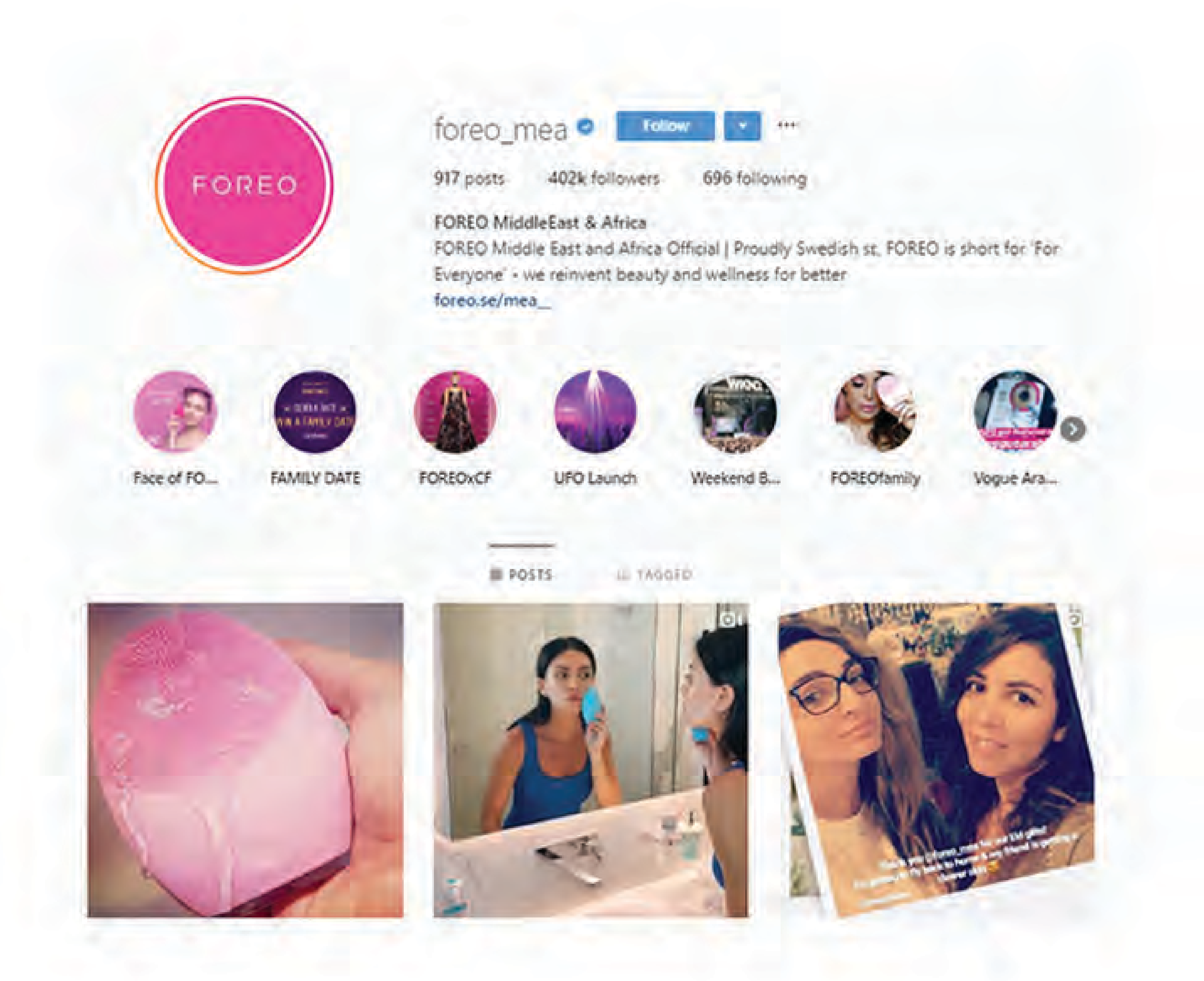


# بعض الامثلة:

01

## للتجارة الإلكترونية و منتجات :

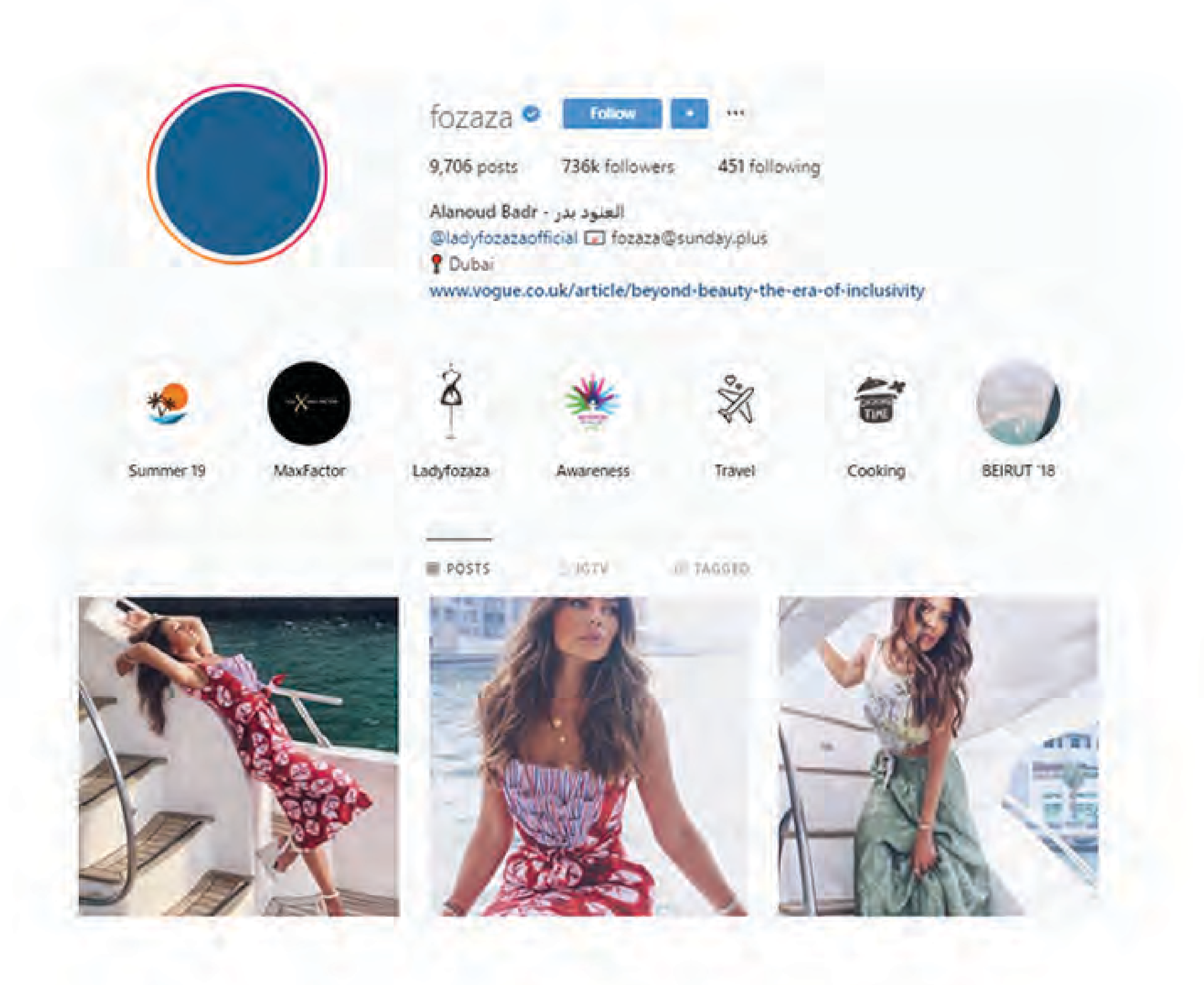
ألق نظرة على فوريو الشرق الأوسط (foreo_mea). يقوم خط العناية بالبشرة ببيع منتجات خاصة بهم من خلال الانستقرام ويشارك بعض الصور الجميلة في هذه العملية. ترفع Foreo أيضًا الهاشتاق ذات العلامات التجارية مثل #foreo لبناء مجتمعها وعرض المحتوى الذي ينشئه المستخدمون.




02

## للمدونات و المحتوى القائم على الأعمال :

ألق نظرة على(fozaza@) Fozaza.هذا الحساب يقوم بعمل رائع في مشاركة محتوى رائع وجذاب. يرتبط أيضًا بشكل مباشر بحساب التجارة الإلكترونية lady fozaza official (يمنحك مثالًا على صفحة المعجبين التي تروج لصفحة الأعمال.






## الفصل

# 03



# إنشاء محتوى جذاب

بعد أن قمت بإنشاء حساب، الآن أنت تعرف الانستقرام الخاص بك، و تعرف من تتحدث إليه، لقد حان وقت إنشاء محتوى مذهل سيجعل الناس يتشبثون به.

إذا وجدوا المحتوى الخاص بك قيم ، مسلي ، و / أو تعليمي ، وسوف يتابعونك إلى الأبد. إن لم يكن كذلك ، هناك حسابات اخرى تستحق اهتمامهم المحدود. من أجل هذا ركز على خلق وتبادل المحتوى قبل أي شيء آخر.



# أنواع المحتوى على الانستغرام

## صور اقتباسات

يُعد نشر الصور المقتبسة طريقة رائعة للتواصل مع جمهورك ، بغض النظر عن مكانتك أو مجالك ، ولهذا السبب تحظى بشعبية كبيرة. هناك شيء ما يتعلق برسالة ملهمة تدفع الناس إلى إطلاق النار. الصور المقتبسة هي المفضلة في igacademy.middleast لأنه:
1) نحن نعلم أن جمهورنا يقدر ويستجيب للتحفيز والإلهام ، و 2) الطبيعة الرقمية لأعمالنا تمنحنا القليل جدًا لمشاركتها من حيث الأشياء المادية.




إذا اقتباس الصور هي خيار كبير إن كان عملك لا يملك صور للمشاركة للبدء ، تحقق من تطبيقات مثل WordSwag و Typorama لمشاركات الانستقرام التي تركز على النص. نحن نستخدم هذه التطبيقات ذاتها لحساب الانستقرام الخاص بنا @igacademy.midd-least! ولا تشعر أنك مقيد باستخدام علامات الاقتباس الشهيرة أو الأشياء البارزة التي قالها أشخاص آخرون بالفعل.

كن مبدعًا وقم بتسليم أي رسالة أو نكتة أو معنويات مثقفة قد ترغب في مشاركتها مع جمهورك ، في شكل نص عريض متراكب فوق لون أو صورة.

## صور شخصية و صور الناس

صور الانستقرام التي تتميز بوجود وجوه تحصل على إعجابات أكثر بنسبة 38٪ من هؤلاء بدون وجوه. البشر يمكن أن تعطي العلامة التجارية شخصية ومساعدة جمهورك تتصل بك. إلق نظرة على كوكاكولا تبيع زجاجات من ماء السكر ، و يتميز حساب الانستقرام بوجوه أكثر من المشروبات .



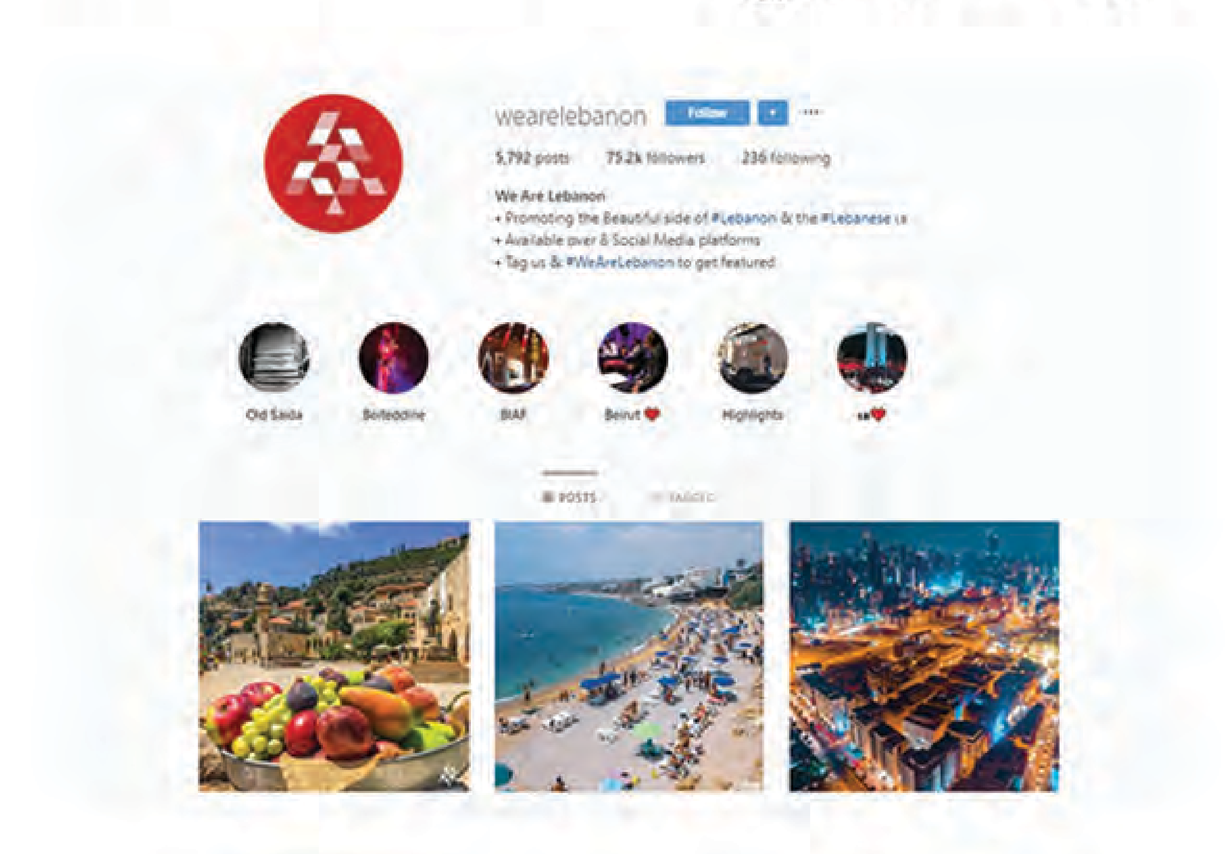
صور الناس و سيلفي هي طريقة رائعة لمشاركة ثقافة شركتك و أنواع التجارب تريد عملائك امتلاكها.

بغض النظر عن نوع العمل. فقط تأكد من أنك أن تكون مبدع.



## المناظر الطبيعية

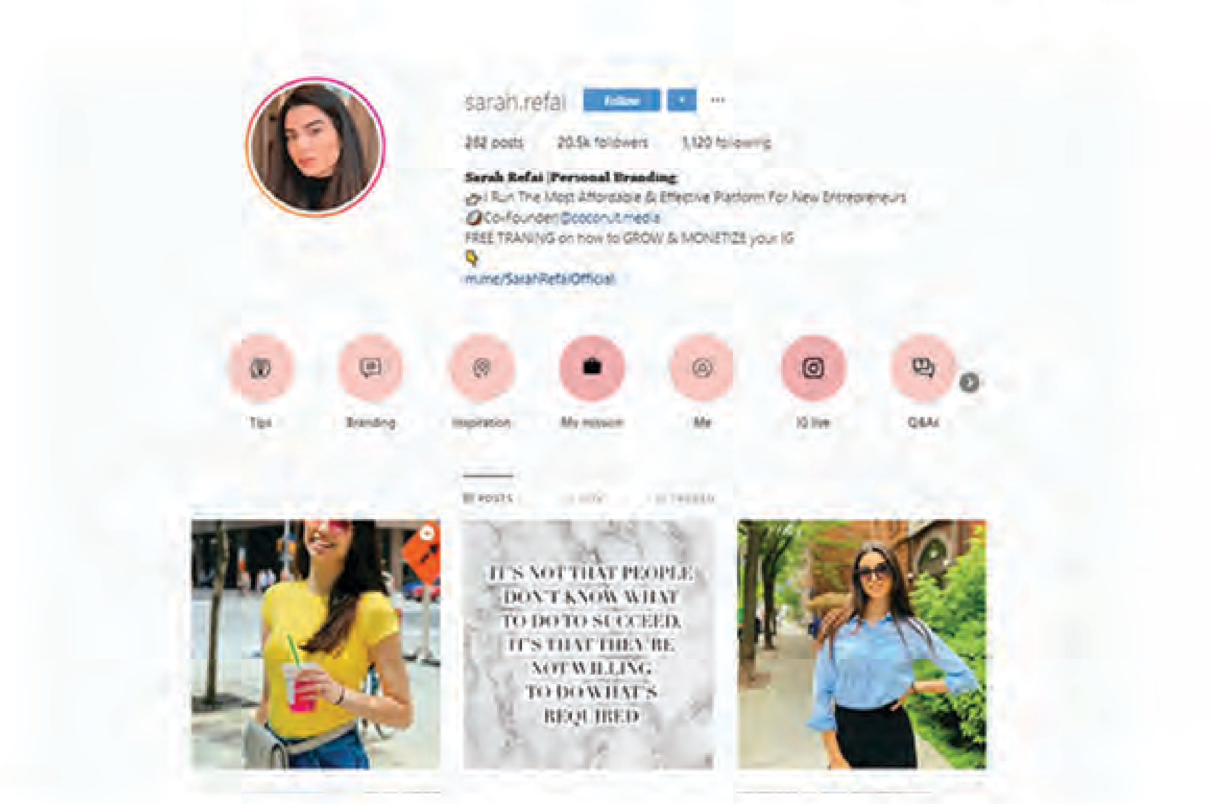
إنستغرام المناظر الطبيعية ناجح مع الجماهير ، وبعض من الحسابات الأكثر شعبية تتخصص فيها، كل شخص لديه تقدير للصور ذات المناظر الخلابة. حتى لو كان عملك لا يركز على الهواء الطلق ، لا يزال بإمكانك أن تبهر جمهورك مع صورة المشهد رائع.




المناظر الطبيعية يمكن أن يرمز إلى أين كنت كشركة ، أو إنشاء وجهة نظر مشتركة تشير إلى المتابعون أن هناك شخص وراء علامتك التجارية.

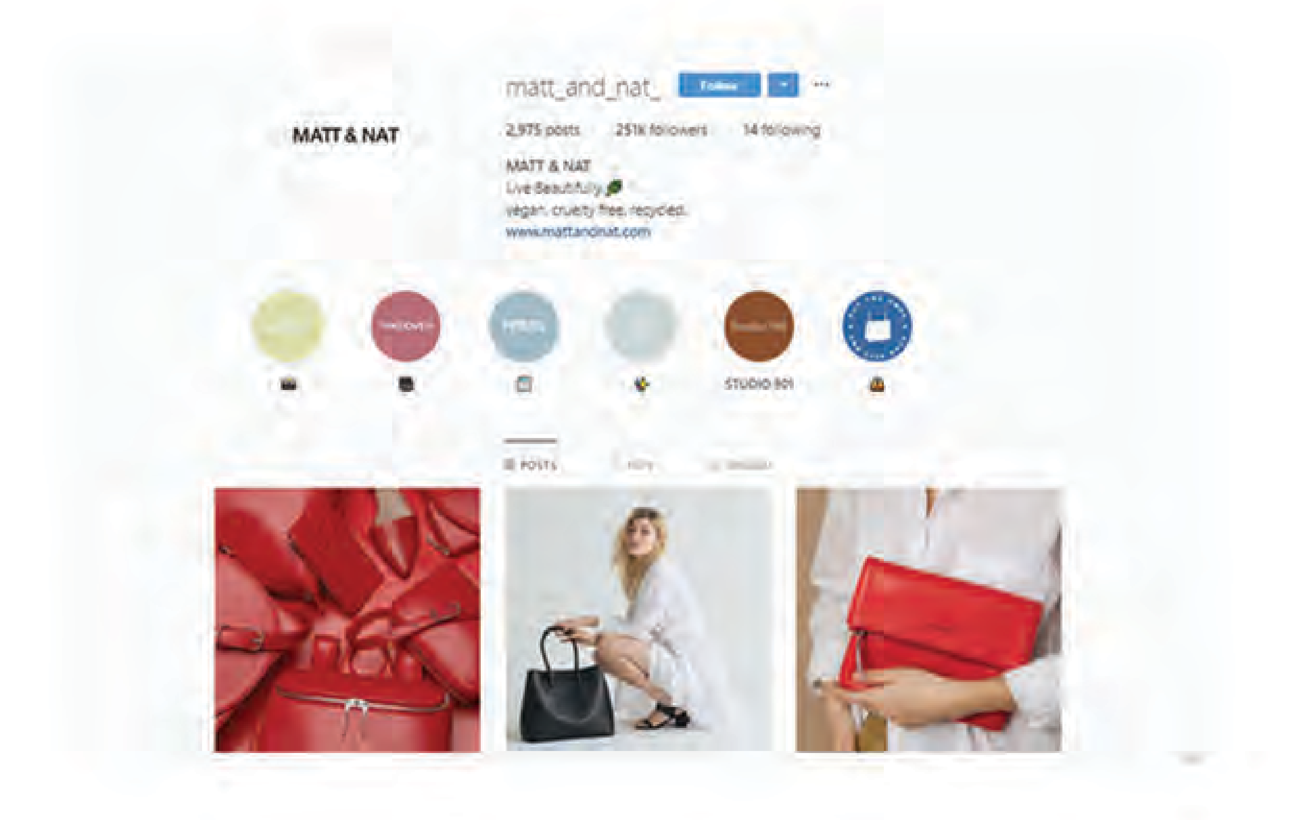
## خلف الكواليس

يمكن أن تكون الصور من وراء الكواليس قوية للشركات لأنهم يذكرون جماهيرهم بأن هناك ، في الواقع ، بشر تعمل وراء تلك الشعارات الفاخرة والمنتجات المدهشة. في العالم الرقمي ، أصبح الاتصال مع عملائك أكثر أهمية.




استخدم الانستقرام لتكون شفاف وإلقاء نظرة على ما يجري على ما في شركتك. تذكر ، الناس تريد القيام بأعمال تجارية مع الناس ، وليس العلامات التجارية.





## محتوى ناتج عن طريق مستخدم

يتم إنشاء المحتوى الذي تم إنشاؤه بواسطة المستخدم وإعادة نشره من الآخرين، الذين يعرضون عادة منتجاتك أو علامتك التجارية الهدف هو عرض علامتك التجارية في إعداد حقيقي وإعادة اقترانها بشهادة العميل بمفردك.



## فيديو

تم تقديم الفيديو لأول مرة في عام 2013 ، وأصبح يتمتع بشعبية كبيرة على إنستاجرام. يمكن التقاط الفيديو من خلال الانستقرام كاميرا داخل التطبيق ،و يمكن أن يكون الفيديو مفيدًا للمنتجات التوضيحية ، نشر شهادات العملاء ، أو عرض شركتك بطريقة جديدة.

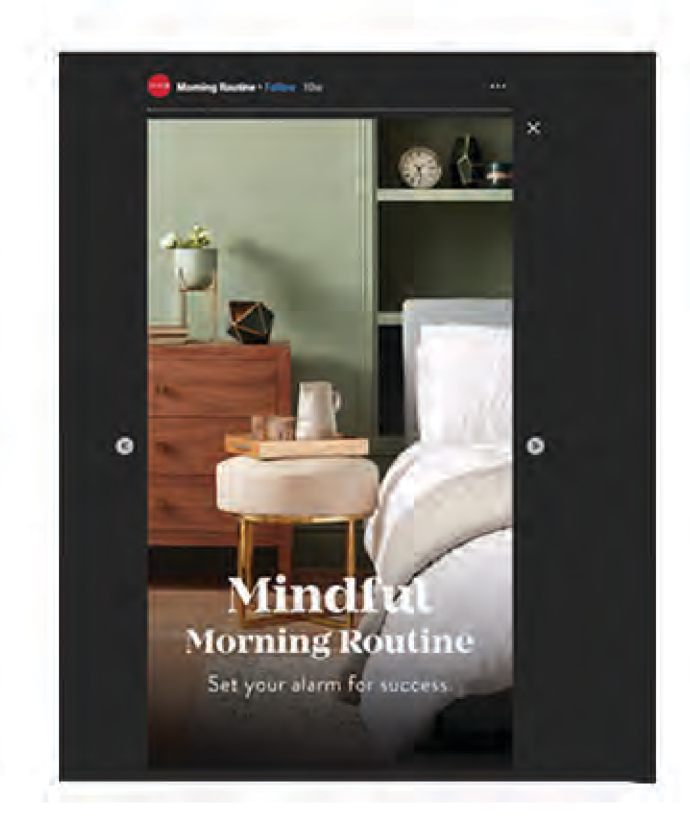
لاحظ أننا حفظنا هذا النوع من منشورات الانستقرام للآخر . لماذا ؟! لأنها ليست الاهم. أعلم أن هذا قد يبدو عكسيا إذا لديك هذا المنتج الرائع ، وقد بدأت للتو حسابًا لكن ثق بي بالتأكيد ، يمكنك مشاركة المحتوى الذي يتميز بمنتجاتك (أوصي بواحد من كل أربع إلى خمس منشور) ، لكن لا ينبغي أن يكون هو التركيز على حساب الانستقرام الخاص بك. إذا أراد أتباعك الاطلاع صور لأشياءك ، سيقومون بزيارة موقع الويب الخاص بك أو التقاط كتالوج.



الهدف من حسابك في الانستقرام ينبغي أن يكون لتوفير القيمة و تواصل مع جمهورك ، لا لبيع باستمرار لهم. اذا قمت بنشر صور لمنتجاتك، تأكد من القيام بذلك بطريقة يتوافق مع الموضوع الخاص بك وحساب الجمالية ، أو بطريقة ما أن يقلل من المنتج نفسه.

## الستوري

تم طرح الستوري في عام 2016 ، وهي خطوة من النشر على خلاصتك. هذه مقاطع الفيديو القصيرة المختفية و عابرة ويمكن أن يشعر وكأنه تفاعل حقيقي جدا للجمهور. قصص الانستقرام مهم في عالم حيث يفضل الناس الشراء من علامة تجارية موثوقة. إلى جانب قيادة حركة المرور وتعزيز الوعي ، نشر الستوري إلى حسابك يساعدك على بناء شخصية العلامة التجارية وشخصيتها.






بغض النظر عن نوع محتوى الانستقرام الذي تشاركه ، فإن الجودة هي دائما أكثر أهمية من الكمية. حساب الانستقرام هو أكثر من مجرد لقطة سريعة من ايفون.

الصور القيمة القابلة للمشاركة يجب أن تكون جذابة بصريا و تؤخذ بشكل مثالي مع كاميرا احترافية.



# ما المحتوى الذي يجب نشره

النوع المحدد لمحتوى الانستقرام يجب أن يكون النشر هو السؤال فقط انت يمكنك الإجابة عليه ، وربما لن تفعل ذلك على الفور. ولكن بعد بعض البحث والاختبار ، ستجد موضوع ونوع المحتوى الذي يناسب علامتك التجارية.

لتبدأ ، إليك الطرق خطوة خطوة لطرح أفكار إنشاء المحتوى دون الحصول على الضغط.

## 01 فهم تخصصك

يجب أن تساعد أبحاث جمهورك المستهدف من الفصل الثاني في هذا الأمر. ان كان هناك شيء واحد تعرفه على الاكيد ، فهذا هو الشيء الخاص بك من المرجح أن يتبعها جمهورك المستهدف في المنافسة. لذلك اضغط على حساباتهم للإلهام والأفكار (لا تسرق).

ماذا ينشرون؟ ما هي المواضيع التي تراها ، وما هي أكثرها شعبية المشاركات؟ (في الفصل 7 ، سنغطي الأدوات التي يمكنك استخدامها لهذه الخطوة.)

اسأل نفسك كيف يمكنك جعل المحتوى الخاص بك أفضل من منافسيك. ما الذي يمكنك أن تقدمه ؟ عند إكمال هذه الخطوة ، يجب أن تكون قادرًا الإجابة على السؤال: ما نوع المحتوى المنطقي لجمهوري؟

## 02 تحديد السمات الخاصة بك

دعنا نحول هذا الفهم العام للمكانة الخاصة بك إلى موضوعات يمكنك حولها إنشاء محتوى حقيقي.

ماذا نعني بالمواضيع؟ النظر في الفئات التي قد تستخدم لتنظيم محتوى بلوق الخاص بك. ما هي أنواع المحتوى التي من شأنها أن جمهورك تريد أن تقرأ أو ترى؟

على سبيل المثال ، إذا كنت أبيع برنامجًا للتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، تستهدف الشركات الصغيرة المالكين والمسوقين الرقميين الذين يرغبون في تبسيط وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بهم وتعلم الجديد الاستراتيجيات. قد تكون سمات مدونتي (و الانستقرام):

استراتيجية وسائل الاعلام الاجتماعية وسائل الاعلام الاجتماعية أخبار الصناعة والتحديثات نصائح للإنتاجية والتسويق تحديثات المنتج والشركة.

## 03 تقسيم السمات

الآن ، لنأخذ السمات الرئيسية لعلامتك التجارية ونقسمها إلى مواضيع أصغر. هذه الخطوة سوف تساعدك على الخروج بأفكار محتوى حقيقية وقابلة للتنفيذ. لا يوجد موضوع أو فكرة صغيرة جدًا. بالرجوع إلى مثال للتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، فإليك كيفية قيامي بتفكيك موضوعي الموضوعات:

- استراتيجية وسائل الاعلام الاجتماعية Facebook و Twitter و Instagram.
- أفضل أوقات النشر وسائل الاعلام الاجتماعية أخبار
- خوارزمية الفيسبوك الجديدة
- خوارزمية الانستقرام جديدة

نصائح للإنتاجية والتسويق

- تطبيقات تحرير وسائل الاعلام الاجتماعية
- اقتباسات التسويق ملهمة

تحديثات المنتج والشركة

- إصدار تطبيق iOS
- بلوق وظائف جديدة
- تحديثات الفريق

## 04 تقسيم السمات

تتصارع بعض العلامات التجارية مع الانستقرام لأنه ، على الرغم من وجود أشياء تريدها التواصل بشأن أعمالهم ، فهم غير متأكدين من كيفية تصورها. مع انّ لا تأتي أفكار المحتوى بأفكار واضحة للصورة ، لذا ستساعدك هذه الخطوة على تخطيط صورة مرئية لكل منها.

بمجرد أن تستقر على نوع المحتوى والاستراتيجية ، لا تبتعد عن هذا الموضوع.

الاتساق هو ما يعيد الناس إلى أي علامة تجارية أو عمل تجاري.



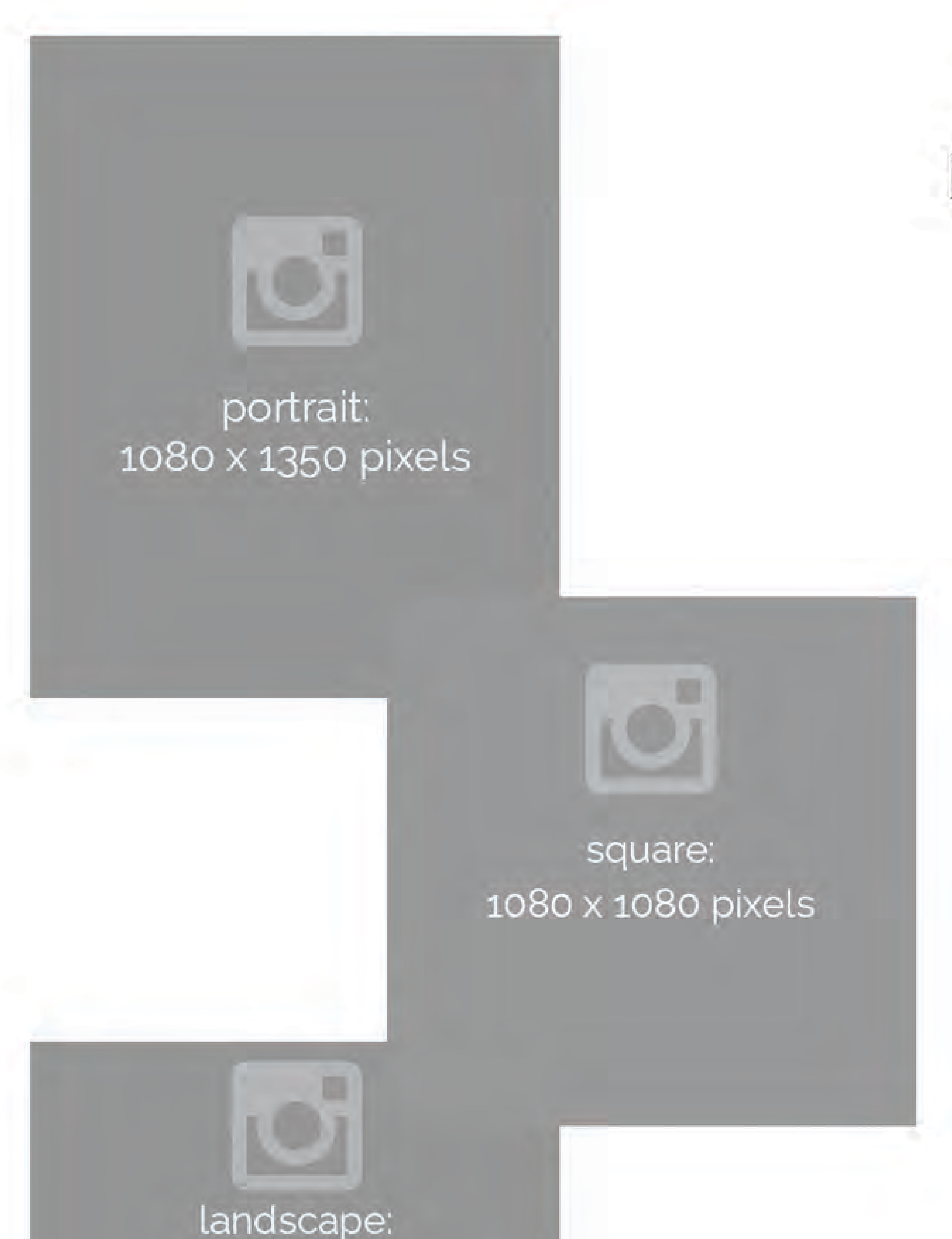
# ما الحجم الذي ينبغي ان يكون منشور الانستقرام؟

في هذه المرحلة ، لديك فكرة جيدة عما يمكنك ويجب نشره. ولكن قبل أن تنفد هناك وتبدأ في نشر الصور ، دعنا نتحدث تفاصيل تقنية.
ها هي أحجام الحد الأقصى للمربع ، العمودي ، والصور الأفقية:

مربع 1080px x 1080px

عمودي 080px W x 1350px H

أفقي 1080px W x 566px H




يمكنك استخدام أي حجم ضمن تلك القياسات.



# كيفية كتابة
# التسميات التوضيحية

في حين أن عدد المتابعين مثير للإعجاب ، فإنه في النهاية لا يعني شيئًا إذا لم تفعل أي شيء به.

بينما يعد المحتوى المرئي الخاص بك أمرًا ضروريًا لجذب وترفيه جمهورك ، التسميات التوضيحية هي مفتاح المشاركة ، وفي النهاية التحويل. في هذه الحالة ، يمكن أن يشير التحويل إلى متابعة أو نقر رابط أو إدخال بريد إلكتروني أو حتى شراء. بغض النظر عما تريد أن تفعله من خلال محتوى الانستقرام الخاص بك، يجب أن تشارك كل تسمية توضيحية بطريقة ما.

توضيحاتك مهمة بشكل لا يصدق لأنها تساعد في تأطير كل صورة و توفير السياق لجمهورك. مع أحدث تحديثات الانستقرام ، سيحظى جمهورك بذلك ترى فقط أول سطرين أو ثلاثة أسطر من التسمية التوضيحية. لذلك ، سوف تحتاج إما إلى توفير السياق على الفور ، أو قم بإنشاء سطر يلفت الانتباه بحيث لا يستطيع الأشخاص مساعدة ولكن تريد النقر فوق "... المزيد.



# كيفية كتابة التسميات التوضيحية

للجدد ، فإن الهاشتاق هو مجرد نص يتبع علامة # التي تعمل بمثابة ارتباط تشعبي إلى مشاركات أخرى مماثلة تشترك في نفس العلامة. هو واحد من أفضل الطرق لاكتشاف المستخدمين لحسابات ومحتويات جديدة على النظام الأساسي.

يجب عليك الهاشتاق في كل تعليق. لكن لا تحذف الكثير في شرح نفسها. التسميات التوضيحية الرائعة مقنعة وقابلة للقراءة ، والعديد من علامات التصنيف يمكن تحويل المستخدمين بعيدا. قم بتضمين الهاشتاق الخاصة بك وربما أكثر من ذلك في التعليق ، ولكن إضافة الأغلبية (30 هو الحد الأقصى) كتعليق أول على المنشور.

الهاشتاق ذات العلامات التجارية هي علامات مخصصة خاصة بالعلامات التجارية تعمل على تنمية مجتمع ما حول علامتك التجارية والمساعدة في جمع كل المحتوى المنشور من قبل المستخدمين و الزبائن.

لحسن الحظ، يسهل الانستقرام اكتشاف علامات التجزئة. البحث عن الهاشتاج ، وسوف تنبثق 10 إلى 20 منها ذات صلة أيضًا. يعرض الانستقرام أيضًا الهاشتاق "ذات صلة" (search) بجوار المشاركات الأكثر شعبية في علامة استكشاف.

عند النشر ، استخدم كلا من الهاشتاق (مع ملايين عمليات البحث) وأقل تلك الشائعة (مع ما يقرب من 50000) لمنحك فرصة أفضل للتصفح في الانستقرام عمليات البحث.

اكاديمية إنستقرام

# متى وكيف تنشر

على نسق استراتيجيتك للمحتوى ، يستغرق بعض الوقت لمعرفة كيفية نشره على الانستقرام لا توجد إجابة واحدة ، لأن يعتمد على من يشاهد المحتوى الخاص بك ومتى يكون على الانستقرام. في نهاية المطاف، ستحتاج إلى بدء جمع البيانات للإجابة على هذا السؤال.

عندما تبدأ في وضع استراتيجية النشر الخاصة بك ، فإننا نشجعك على نشر طول الوقت و خلال جميع المناطق الزمنية ، وخاصة ان كنت تهدف إلى أن تكون علامة تجارية متعددة الجنسيات ابدأ بـ 10 إلى 20 صورة لوضع أساس لخلاصتك ، ثم نشرها مرة واحدة على الأقل في اليوم. إذا كنت تريد أن تنمو بشكل أسرع وترى النتائج بشكل أسرع ، فأنشر. من 6 إلى 10 مرات يوميًا .



# جدولة محتوى الانستقرام

جدولة محتوى الانستقرام الخاص بك يمكن أن تساعدك على البقاء متسق و بدون متاعب يومية للنشر. ان لم تكن حذرا ، يمكن أن تستوعب وسائل التواصل الاجتماعي وقتك وإنتاجيتك ، لذا يمكنك الجدولة المحتوى والتركيز على المهام الأخرى.

يمكن أن تساعدك على جدولة Later و Planoly و Grum و Schedugram المحتوى مقدمًا وكذلك مراجعة الصور في خلاصتك قبل النشر. في وقت لاحق يسمح لك أيضا بجدولة من الكمبيوتر.

# الاتساق هو المفتاح

النشر باستمرار هو واحد من أهم العوامل عندما تريد ان تطور حسابك من خلال الانستقرام. ، عليك أن تجد بعض الإجراءات الروتينية الهدف هو عدم وجود أيام من دون محتوى جديد ، أو لديك مجموعة من المشاركات التحريك
يكافئ الانستقرام الاتساق. وبالتالي بمجرد أن تبدأ ، لا تتوقف. ان كنت تشعر أنك لا تستطيع مواكبة ذلك النشاط اليومي ، قم بجدولة مجموعة من الأيام (تهدف لمدة 30 أو أكثر) مقدما. الشيء الوحيد الذي لا يمكن جدولته هو التفاعل.



# مستعدّ لتنجح عالانستقرام؟ تسجّل بأكاديمية إنستقرام اليوم لتعرف كيف.

نعم، أرني كيف أنجح على الانستقرام

## في أكاديمية إنستقرام ستتعلّم:

- كيف تقوم بإنشاء محتوى بالطريقة الصحيحة لتجذب عدد كبير من التفاعل على حسابك
- سرّ البايو في حسابك و قوّتها في جذب المتابعين
- كيفية بناء حساب تحوّل المتابعين إلى زبائن
- لا يزال هناك سوء تفاهم حول مفهوم النجاح على الانستقرام:

- الحصول على عدد كبير من المتابعين جيّد لكن دون جدوى اذا كنت غير قادر على تحويلهم الى زبائن

- الحصول على لايكات عديدة على صورك يسعدك، لكن اللايكات وحدها لن تدفع فواتيرك

- اذا كنت شخص جدّي في استعمال الانستقرام للحصول على زبائن و تحقيق الأرباح هذا الكورس لك و يمكنك الحصول عليه اليوم!



الفصل

# 04



## كيفية تطوير الانستقرام

## إذا كنت تتذكر شيئا واحدا من هذا الفصل ،هو هذا: ليس كل متابعو الانستقرام متساوون.

على وسائل التواصل الاجتماعي ، وخاصة الانستقرام، يتعلق الأمر بالجودة أكثر من الكمية. إذا كان هدفك هو بتنمية عملك من خلال الانستقرام (على عكس حسابك في الانستقرام نفسه) ، يجب أن تهدف لتطوير ما يلي من المستخدمين الذين سيتواصلون معك ويهتمون بعلامتك التجارية. هناك الكثير من اختراقات الانستقرام ، بما في ذلك بعض الطرق المشبوهة لزيادة عدد المتابعين. لكن لن تحصل دائمًا على المشاركة التي تلاحقها. بعد احتضان القاعدة الأساسية التي يجب عليك إنشاء محتوى رائع ، إليك كيفية نمو قاعدة أتباع متفاعلين.



# تابعني لاتابعك

هذه الطريقة يدوية وتستهلك الكثير من الوقت ، لكنها كذلك طريقة رائعة لبدء نمو متابعيك إذا كنت جديد على الانستقرام. للاستفادة من هذه الإستراتيجية ، ابدأ بمتابعة الأشخاص داخل مكانك المستهدف. انتظر لمعرفة ما إذا كانوا يتبعونك مرة أخرى ، ولا تتبع أي شخص الذي لم يتبعك بعد بضعة أيام.
لا تتبع حسابًا فقط للحصول على متابعة ، ثم إلغاء مطاردتهم على أي حال للحفاظ على بعد العد منخفضة.

طريقة واحدة لتحديد هؤلاء المستخدمين في مكانة الهدف الخاص بك هو تحقق من حسابات الانستقرام الخاصة بالمنافسين ومعرفة من الانخراط مع مشاركاتهم. أن التعليق غالبًا ما يكون الوسم على الأصدقاء وطرح الأسئلة أكثر من غيرهم المهتمين، لذلك اتبعهم. هناك طريقة أخرى للتفاعل مع مكانتك المستهدفة وهي من خلال ملفاتهم الشخصية عن طريق الإعجاب بمحتواهم و ترك تعليقات قيمة خاصة بك.

# شارك للمشاركة

لتنمية الانستقرام الخاص بك التالية ، يتعين عليك مساعدة منافسيك.

هذا صحيح. على الانستقرام ، يتم تقييم المجتمع على المنافسة ، والحسابات داخل نفس المتخصصة التي تستهدف نفس المستخدمين كثيرا ما تعمل معا لتنمية أتباعهم والمشاركة. وتسمى هذه الطريقة المشاركة في المشاركة (S4S) أو الصيحات.

بسيطة: يمكنك نشر صورة و / أو ذكرها في شرح معين في الانستقرام ، ويفعلون نفس الشيء من أجلك. الهدف من هذه الطريقة هو مساعدة بعضهم البعض و بناء الوعي بالعلامة التجارية ، والوصول إلى الجماهير.

إذا كنت بدأت للتو على الانستقرام ، فانتظر حتى يكون لديك إلى -1000 2000 متابع قبل الوصول إلى أي شخص. إذا تتوقع التعاون مع حساب ناجح ، يجب أن يكون لديك شيء لتقدمه في المقابل. العلامات التجارية الناجحة لن يهتم بحسابات جديدة مع عدد قليل من المتابعين.

أكاديمية إنستقرام

# اختيار حسابات الصيحة/ الشاوتاوت الصحيحة

عندما تبدأ في الاتصال بحسابات أخرى ، تواصل مع أشخاص لديهم نفس العدد من المتابعين والجمهور. عرض لنشر لقاء مع اسم مستخدم الانستقرام وصورة مقابل ذلك. يمكنك تقديم / طلب نوعين من الصيحات:

- يمكن للحساب المتعاون وضع اسم المستخدم الخاص بك (username) على الانستقرام في التسمية التوضيحية (caption)
- يمكنهم مشاركة صورتك أثناء وضع اسم المستخدم الخاص بك في التسمية التوضيحية



# الصيحة المدفوعة

صيحات مدفوعة الأجر تشبه صيحات مجانية ، إلا أنهم عادة معاملة في اتجاه واحد. عندما تدفع مقابل الصيحة ، فإن الحساب المتعاون ينشر صورك أو تاغ لك في تعليق في مقابل التعويض. أنت لا تنشر أي شيء على حسابك ، وهذا هو السبب في هذا هو خيار مماثل لأصغر ، الحسابات التي ليس لديها قيمة كبيرة لتقديم من حيث المشاركة أو الجمهور.

# ماذا و متى تنشر

لا يوجد رقم سحري لصيحة مدفوعة. يمكنك أن تفعل ما تستطيع حسب ميزانيتك للتسويق ، أو يمكنك أن تبدأ مع واحد أو اثنين فقط لترى كيف يستجيب حسابك.

# تكاليف الصيحة

لا توجد أرقام صارمة وسريعة مقابل تكلفة الصيحات المدفوعة ؛ عادة ، الأمر متروك لك وإذا تظن بأن الحساب وجودة النشر والجمهور يستحق مبلغ معين. ما تريد القيام به هو تقييم العائد المستقبلي الذي يمكن أن تتوقعه من العمل مع هذه العلامات التجارية ثم السعر وفقا لذلك.



فيما يلي بعض الإرشادات لمساعدتك في البدء. وفقا لدراسة 2017 من ما يقرب من 3000 حساب ، فإن تكلفة المنشور الدعائي يتناسب مع عدد المتابعين. تلك الحسابات التي يقل عدد متابعيها عن 2000 يتقاضون ، في المتوسط ، حوالي 124 دولار و هناك حسابات ما بين 150.000 و 250.000 متابع يتقاضون حوالي 400 دولار ، وأولئك الذين لديهم أكثر من مليون يتقاضون أكثر من 1000 دولار.

وأخيرا ، استخدم أدوات linktracker للمراجعة واختبار نتائج صيحاتك المدفوعة. إذا كان الشخص الأول لا يؤتي ثماره ويستقطب المشاركة ، فلا تعمل مع هذا الحساب مرة أخرى.

# الهبات والهدايا

الهبات هي وسيلة أخرى لتنمية جمهورك عضويا والاستفادة من متابعي للحصول على أفضل مشاركة وعائد استثمار ، نوصي بالانتظار حتى يصل حسابك ما لا يقل عن 10,000 متابع للقيام بهذه الخطوة.

تعمل الهبات من خلال مطالبة الأشخاص بالمشاركة والتفاعل مع محتوى الانستقرام للحصول على فرصة للفوز بجائزة ، لذلك يمكن أن تكتسب الكثير من التعرض والتفاعل

تتمثل إحدى الطرق الشائعة في إقامة شراكة مع حساب الانستقرام آخر يشارك جمهورًا مشابهًا. تريد العثور على شريك ليس منافسًا ، ولكن لا يزال مرتبطًا بمكانتك ، ويشارك في عدد مماثل من المتابعين. على سبيل المثال ، يمكن تشغيل خط منتجات العناية بالبشرة مسابقة بجانب ماركة مستحضرات التجميل. من خلال الشراكة ، تواجه كلتا الماركات المزيد من التعرض مشاركة الجماهير.



اطلب من جمهورك فعل شيئين أو ثلاثة لدخول الهبة الخاصة بك. عادة ، سوف تسأل العلامات التجارية الخاصة بهم المتابعون إلى 1) متابعة حساباتهم ، 2) وضع علامة/ تاغ صديق أو اثنين ، و 3) متابعة حساب الشريك، أو أي شيء آخر. إمكانيات المشاركة هنا لا حصر لها.

## تفاعل حقيقي ، منتظم

في الاخير ، يعد التفاعل الحقيقي مع جمهورك الطريقة الأفضل والأكثر نقاءًا لتنمو قاعدة متابعين. بالتأكيد ، الطرق المذكورة أعلاه هي طرق واضحة لتنمية المتابعين ، مع نمو حسابك وجمهورك ، ابق على اتصال مع مجتمعك. تفاعل مع التعليقات والأسئلة. سواء كنت ترغب في التعليق ، يمكنك التعليق مرة أخرى باستخدام رمز تعبيري (emoji) أو اترك استجابة طويلة ، سيرى جمهورك أنك تهتم وتعمل مثل شخص حقيقي ، وليس علامة تجارية مجهول الهوية.



## مستعدّ لتنجح عالانستقرام؟ تسجّل بأكاديمية إنستقرام اليوم لتعرف كيف.

نعم، أرني كيف أنجح على الانستقرام

## في أكاديمية إنستقرام ستتعلّم:

- كيف تقوم بإنشاء محتوى بالطريقة الصحيحة لتجذب عدد كبير من التفاعل على حسابك
- سرّ البايو في حسابك و قوّتها في جذب المتابعين
- كيفية بناء حساب تحوّل المتابعين إلى زبائن
- لا يزال هناك سوء تفاهم حول مفهوم النجاح على الانستقرام:

- الحصول على عدد كبير من المتابعين جيّد لكن دون جدوى اذا كنت غير قادر على تحويلهم الى زبائن

- الحصول على لايكات عديدة على صورك يسعدك، لكن اللايكات وحدها لن تدفع فواتيرك

- اذا كنت شخص جدّي في استعمال الانستقرام للحصول على زبائن و تحقيق الأرباح هذا الكورس لك و يمكنك الحصول عليه اليوم!



الفصل

# 05




# كيف يتحولون متابعينك الى زبائن

أعتقد أن هذا الجزء هو المكان الذي يحتاج فيه الكثير من الناس إلى التوجيه ، ومن المحتمل أن يكون مصدر بعض الإحباط عندما يتعلق الأمر باستخدام الانستقرام لأغراض العمل.

كما قلنا ، فإن تنمية متابعينك ليست مهمة ان كنت لا تفعل أي شيء بها. لحسن الحظ، يمكن للشركات العثور على الكثير من النجاح عندما يتعلق الأمر لاستخدام الانستقرام لزيادة حركة المرور ، وفي النهاية إيرادات. لهذا السبب ، بعد كل شيء ، لقد أمضينا كل هذا الوقت بناء حسابك ، وخلق محتوى ، و زراعة جمهور مشارك - لتحويل في نهاية المطاف متابعينك لعملاء.



# قمع مبيعات إينستاجرام




## الوعي :

الجزء العلوي من المسار ، الوعي ، هو عدد المستخدمين الذين وصلت إليهم أو الكثيرون رأوا المحتوى الخاص بك. هذا هو أكبر عدد ، لذلك يمثل الجزء العلوي من القمع.



## الاهتمام :

كلما يضيق القمع ، تضيق الأرقام الخاصة. القسم التالي الاهتمام يمثل عدد المستخدمين الذين اهتموا بمحتواك واتباعه في الفصول السابقة ، ناقشنا كيفية القيام بذلك قم بإنشاء محتوى و بتطوير قاعدة متابعين.

## القرار :

يسمى القسم التالي بالقرار ، لأنه يمثل المستخدمين الذين ينقرون على رابطك. من خلال القيام بذلك ، قرروا التفاعل مع علامتك التجارية والتحرك الخروج من الانستقرام إلى موقع الويب الخاص بك أو الصفحة المقصودة. في هذا الفصل ، سنقوم بتغطية الاستراتيجيات حول كيفية قيادة الناس من خلال هذه الخطوة. إنها كبيرة - عندما تتصاعد الأشياء من مجرد النظر إلى الصور الرائعة ، إلى منحك المال المحتمل.

## العمل /التصرف :

الجزء الأخير من القمع ، العمل ، هو عدد الأشخاص الذين ينتهي بهم الأمر الفعل المطلوب. قد يكون هذا الإجراء الانضمام إلى قائمة البريد الإلكتروني الخاص بك ، والاشتراك في مدونة ، أو شراء منتج أو خدمة ، وهذا ما نعنيه عندما نقول تحويل" متابعي الانستقرام. نجاحك في هذه المرحلة يعتمد على فعالية المراحل السابقة ، وكذلك القيمة العامة التي تقدمها من خلال موقع الويب الخاص بك أو وجهة الارتباط.

بغض النظر عن هدفك النهائي ، بتطوير مبيعات الانستقرام قمع يعني أنك يجب أن تقود جمهورك من خلال كل خطوة من العملية. تغيير وجهة نظرك وعرض إنستغرام الخاص بك كقمع تسويقي آخر سيساعدك على البقاء ركز وتذكر هدفك النهائي: استخدام الانستقرام لتحويل جمهورك وزيادة الإيرادات.



فيما يلي بعض الاستراتيجيات لقيادة متابعي الانستقرام على موقعك موقع الويب أو الصفحة المقصودة:

# كيفية النشر وحركة مرور الصور الخاصة بك على انستغرام

في الفصل 3 ، ناقشنا كيفية إنشاء صور ملفتة للنظر الآن ، سوف نأخذ هذه الاستراتيجيات وتطبيقها على الصور التي تنشرها من أجل قيادة حركة المرور إلى موقع الويب الخاص بك. هذا يمكن أن يكون ، للقطات المنتج أو التصوير الفوتوغرافي الذي يعرض عملك.

لأنك تنشر هذه الصور مرة واحدة فقط من كل أربعة أو خمسة منشورات ، ينبغي أن تكون أفضل صورك مقنعة، أو ينبغي أن يقدموا عرضًا جذابًا مثل المتابعين لن تتمكن من مقاومة النقر (أو على الأقل التفكير فيه حتىعرض يظهر في المرة القادمة). الشيء نفسه ينطبق على التسمية التوضيحية الخاصة بك.

الرابط في البايو : قم دائمًا بإضافة دعوة قوية إلى اتخاذ إجراء "Link in bio" أو كلما قمت بترويج ، المنتج ، أو الخدمة الخاصة بك يمكن أن يعرف متابعيك بسهولة كيفية الوصول إلى صفحتك المقصودة.




إذا كنت تروج للمنتجات ، تهدف إلى نشر شيء آخر غير لقطة المنتج مباشرة. صور نمط الحياة دائما جيدة لترويج المنتجات ، إذا كنت تستطيع اظهار شخص حقيقي باستخدام المنتج. هذا هو السبب الذي ولده المستخدم المحتوى رائع للترويج - يمكنك عرض المنتج في الحياة الحقيقية. إنه فوز متكافئ!

اكاديمية إنستقرام

# حركة المرور من خلال الانستقرام

لأن الانستقرام ستوري أكثر فعلي من النشرات العادية، تستخدم الكثير من العلامات التجارية لمشاركة منتجات جديدة. تقوم العلامات التجارية أيضًا بهذا لأنه يمكنك الآن إضافة رابط مباشر بداخلها - سد الفجوة بين الانستقرام و موقع الويب الخاص بك. لقد كانت صفقة كبيرة جدًا عندما تم إجراء هذا التغيير ، لأنه لسنوات سابقة ، كانت البقعة الأخرى الوحيدة لرابط مباشر الحيوي الانستقرام. فجأة ، أصبحت قصص الانستقرام للتحويلات.




لأن الانستقرام ستوري أكثر فعلي من النشرات العادية، تستخدم الكثير من العلامات التجارية لمشاركة منتجات جديدة. تقوم العلامات التجارية أيضًا بهذا لأنه يمكنك الآن إضافة رابط مباشر بداخلها - سد الفجوة بين الانستقرام و موقع الويب الخاص بك. لقد كانت صفقة كبيرة جدًا عندما تم إجراء هذا التغيير ، لأنه لسنوات سابقة ، كانت البقعة الأخرى الوحيدة لرابط مباشر الحيوي الانستقرام. فجأة ، أصبحت قصص الانستقرام للتحويلات.



أداة أخرى في الداخل قصص انستغرام يدفع الاشتباك و المرور هو داخل الملصقات القسم ، استطلاع القصة يسمح لك أن تسأل السؤال وتقديم احتمالين :

Done

Ask a question...

YES | NO

Done

How old do you think she is?

1-2MONTHS | 3+MONTHS



# دفع حركة المرور من قبل التعاون مع المؤثرين

التعاون مع أصحاب النفوذ يتبع بعض المبادئ نفسها. بينما تجري الصيحات لفضح علامتك التجارية إلىجمهور جديد وكسب المتابعين ، والعمل مع المؤثرين عادة يتضمنهم الترويج لمنتج معين أو هدف شامل. ولكن إن كنت تتساءل ما الذي نتحدث عنه؟ التسويق المؤثر هو في الأساس تأخذ الحديث على هذا المفهوم ولكن باستخدام حسابات الانستقرام الشعبية للترقية.
صدق أو لا تصدق ، يمكن أن يكون أكثر قوة أيضًا. ذلك لأن الناس غالبًا ما يشعرون بشدة بالاتصال الشخصي بهم الأشخاص الذين يتابعونهم على وسائل التواصل الاجتماعي ، والشخص الذي تفكر فيه غالبًا ما لا يكون المؤثر على الانستقرام على مستوى الشهرة الذي تفضله التفكير في "المشاهير".

لذلك يبدو أن التسويق المؤثر يشبه التوصية الشفهية أكثر من الإعلان التسويق الشفهي من أي وقت مضى.

المستهلكين تعبوا من التعرض للعروض الترويجية من قبل العلامات التجارية ؛ أنها تستجيب بشكل أكثر إيجابية لتوصيات صادقة. لذلك عندما ينشر المؤثر شيئًا ما ، يصبح الأمر أكثر أصالة.



# ماذا عن تكلفة المؤثر؟

لا يوجد أي قافية عن تكلفة المؤثرين ، لكن ذلك عادة ما يصل إلى عدد المتابعين والجودة من مشاركتهم. كلما زاد عدد المتابعين وكلما زاد معدل المشاركة ، وأكثر تكلفة. حسابات مع أكثر من 150،000 تم الإبلاغ عن تهمة في أي مكان من 400 دولار إلى 1000 دولار.

لا تستطيع تحمل دفعة نقدية كبيرة للمؤثرين الكبار؟ لحسن الحظ ، كان الكثير من العلامات التجارية أكثر النجاح في العمل مع أصحاب النفوذ الجزئي ، والتي هي حسابات التي لديها في أي مكان من 1000 إلى 100،000 متابع. هم ايضا لديهم أتباع عالية المشاركة ، مما يجعل هؤلاء المؤثرين قيمة بطريقتها الخاصة.

## معدل المشاركة

من الناحية المثالية ، سترى نسبة مشاركة تبلغ% 2 إلى 3 ٪. (تذكر ، يتم حساب هذا المعدل من قبل عدد الإعجابات والتعليقات مقسومًا عليها إجمالي المتابعين.) نسب في معدل 4 ٪ إلى 6 ٪ هي أفضل ، وأي شيء أعلى من 10 ٪ هو تعتبر معلقة ،.

## جودة التابع

جودة التابع الأرقام رائعة ، لكن الإجراءات أفضل. راجع أحدث مؤثر لكل مؤثر خمسة إلى 10 وظائف ونرى كيف أصيلة المناقشات هي. هل هناك أسئلة ورسائل ، أو هل ببساطة رؤية الكثير من الرموز التعبيرية وبلا معنى "لطيف!" تعليقات؟ نوعية التعليقات سوف التحدث إلى كيفية اتصال المؤثر المتابعين هم ، والتي يمكن أن تترجم إلى أكثر من ذلك المشاركة والإيرادات بالنسبة لك.

## مجموع المتابعين

هذا الرقم ليس بنفس الأهمية (مقارنة بالمشاركة والتابعين الجودة) ، لكنها لا تزال ذات صلة بقرارك. إذا كان هناك عدد من المؤثرين أنت تتطلع رتبة مماثلة في معدل المشاركة ونوعية تابعي ، مع متابعين أعلى سوف تترجم إلى أفضل الأرقام عموما.



# ماذا ينبغي أن ينشروا المؤثرين

ما يروج له المؤثرون في مشاركاتهم أمر متروك لك تمامًا. ربما لديك منتج جديد يتطلب العرض أو منتج يحتاج إلى دفعة صغيرة. ان كنت غير متأكد مما ترغب في ترويجه (أو ان كنت تفضل فقط الحصول على اشهار علامتك التجارية) ، الق نظرة على صفحة المؤثر. قد تتمكن من تحديد منتج أو منتجين القائم على جمالية صفحتهم.

من حيث التصميم وإنشاء المحتوى ، يمتلك المؤثر عادة معظم الحرية الإبداعية. ما يجعل المؤثر ذو قيمة كبيرة هي الأصالة ، بحيث يمكنك توقع منشور برعاية يتماشى على الأقل مع الموضوع الذي أنشأوه. إذا تشعر بالفضول حيال الشكل الذي سيبدو عليه منشورك المحدد ، فكّر في سؤال المؤثر حيث تحدد كيف يخططون لالتقاط الصورة أو الفيديو أو يرسلون لك الصورة قبل النشر لموافقتك.

العمل مع المؤثرين يشبه أي حملة تسويقية أخرى ، لذلك ناقش المقاييس والتحليلات حتى تتمكن من التأكد من أن رسالتك تعمل بشكل جيد لدى المؤثر حق الوصول إلى تلك البيانات ، لذلك ربما يمكنك إنشاء روتين بحيث يمكنك ان تناقش ما تريد (أو ما تراه مناسبًا). اعتمادًا على حزمة نشر المؤثر الخاص بك ، قد يكون لديهم أيضًا عملية مقاييس محددة مسبقًا.

# حركة مرور من خلال صور تسويقية

تم تقديمه في الولايات المتحدة في عام 2017 ، وقد وسع الآن التسوق على الانستقرام (صور قابلة للتسوق) ليشمل المزيد من المستخدمين. باستخدام هذه الميزة ، يمكن لمتتبعي الانستقرام النقر على صورة المنتج الخاص بك وتوجيههم على الفور إلى مكان حيث يمكنهم شرائها. من أجل المشاركة ، يجب أن يكون لديك **Instagram Business Profile** المتصل بكاتالوج **Facebook Shop** البضائع المادية ، وتكون موجودة في الولايات المتحدة أو المملكة المتحدة أو كندا أو أستراليا أو فرنسا أو ألمانيا أو إسبانيا أو إيطاليا أو البرازيل.



عندما يفحص شخص ما صفحتك ، سيظهر شعار كيس أبيض في داخل كل منشور حقيبة تسوق بيضاء في الزاوية. كل ما عليهم فعله هو الضغط على الصورة ، و يصبح على الفور قابل للتسوق.

تذكر أن هذا مباشرة facebook shop ان كنت مرتبط بصفحة تحتاج إلى إضافة المزيد من المعلومات على المنتج.



# مستعدّ لتنجح عالانستقرام؟ تسجّل بأكاديمية إنستقرام اليوم لتعرف كيف.

**نعم، أرني كيف أنجح على الانستقرام**

## في أكاديمية إنستقرام ستتعلّم:

- كيف تقوم بإنشاء محتوى بالطريقة الصحيحة لتجذب عدد كبير من التفاعل على حسابك
- سرّ البايو في حسابك و قوّتها في جذب المتابعين
- كيفية بناء حساب تحوّل المتابعين إلى زبائن
- لا يزال هناك سوء تفاهم حول مفهوم النجاح على الانستقرام:

- الحصول على عدد كبير من المتابعين جيّد لكن دون جدوى اذا كنت غير قادر على تحويلهم الى زبائن

- الحصول على لايكات عديدة على صورك يسعدك، لكن اللايكات وحدها لن تدفع فواتيرك

- اذا كنت شخص جدّي في استعمال الانستقرام للحصول على زبائن و تحقيق الأرباح هذا الكورس لك و يمكنك الحصول عليه اليوم!



# الفصل

# 06



# قياس نشاطك التجريبي وتحليله

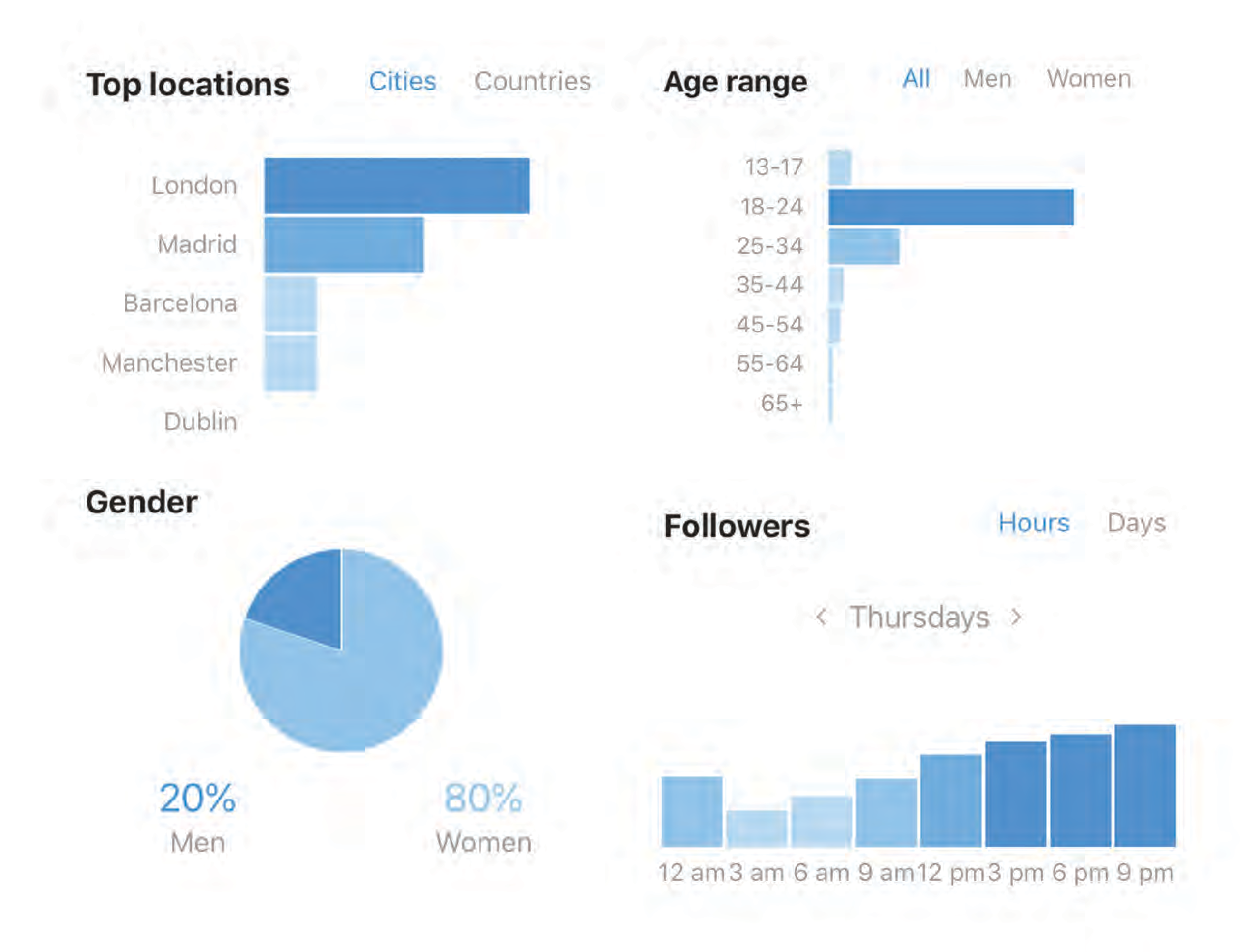
جزء من إستراتيجية التسويق الخاصة بك يتضمن الانستقرام نشر المحتوى وإشراك المتابعين. الجزء الآخر هو كل شيء حول التأكد من أن ما تفعله يعمل. تتبع النتائج هي خطوة حاسمة في ضمان أن الموارد الخاصة بك تستخدم بحكمة. يمكن أن ينبهك Analytics أيضًا إلى الجديد الاستراتيجيات التي قد ترغب في اتباعها في مستويات أعلى.

هناك مجموعة متنوعة من الأدوات المتاحة لقياس التقدم وتحليل النتائج.



# رؤى الانستقرام ممتازة (instagram insights)

أداة التحليلات المضمنة في النظام الأساسي. إنه متاح فقط لملفات تعريف الأعمال ، ولكن التحول إلى واحد بسيط ومجاني ، وأي شخص يمكن أن يفعل ذلك. للحصول على أداة إعداد التقارير داخل التطبيق ، الإحصاءات يوفر بعض البيانات الرائعة. إنه يقيس عرض حسابك ، ويربط كل منشور رؤى مباشرة تحت الصورة ، مما يجعل من السهل أن نرى عدد التعليقات، وكذلك الوصول (reach) و الانطباعات ، من كلا متابعيك والمستخدمين الجدد.

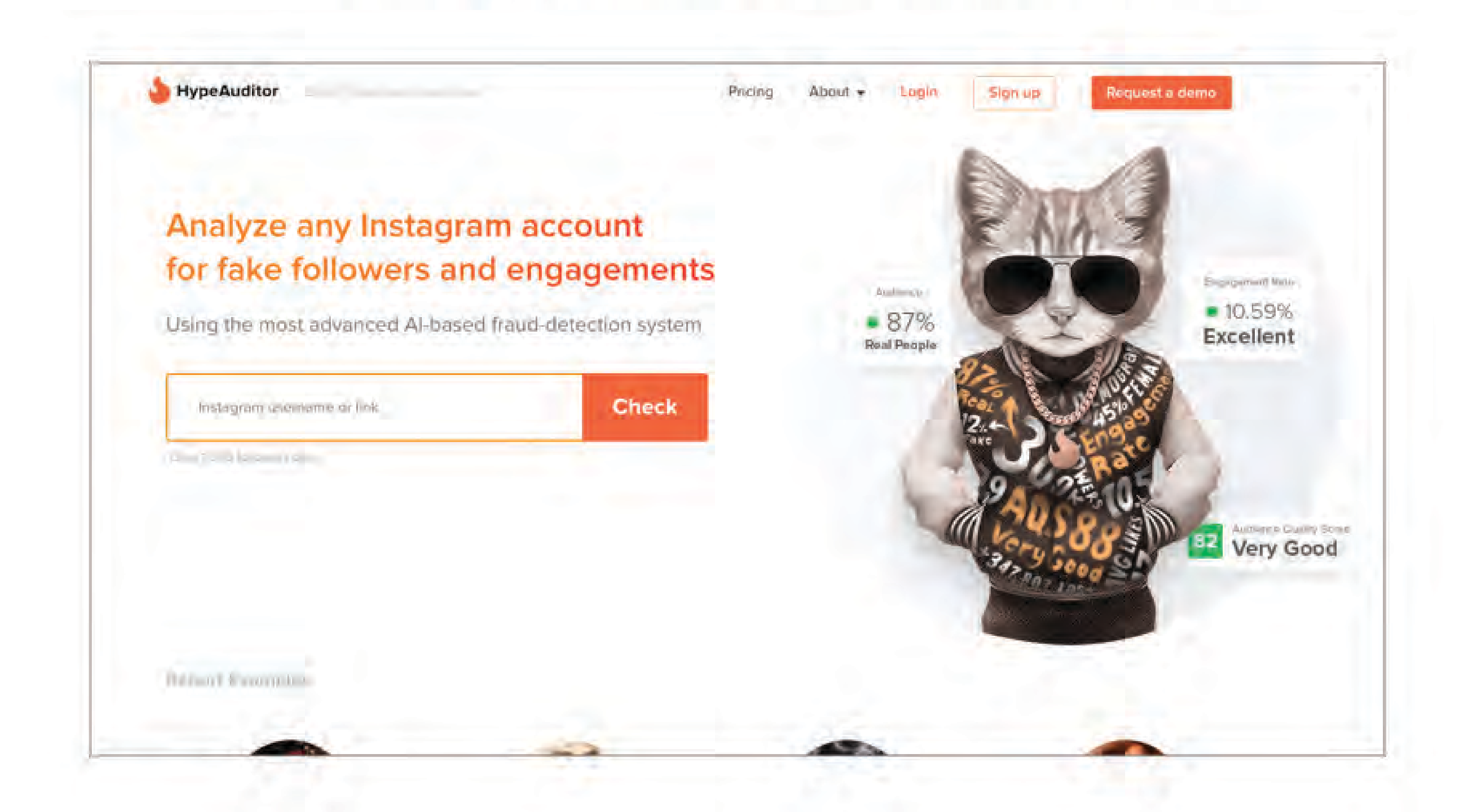




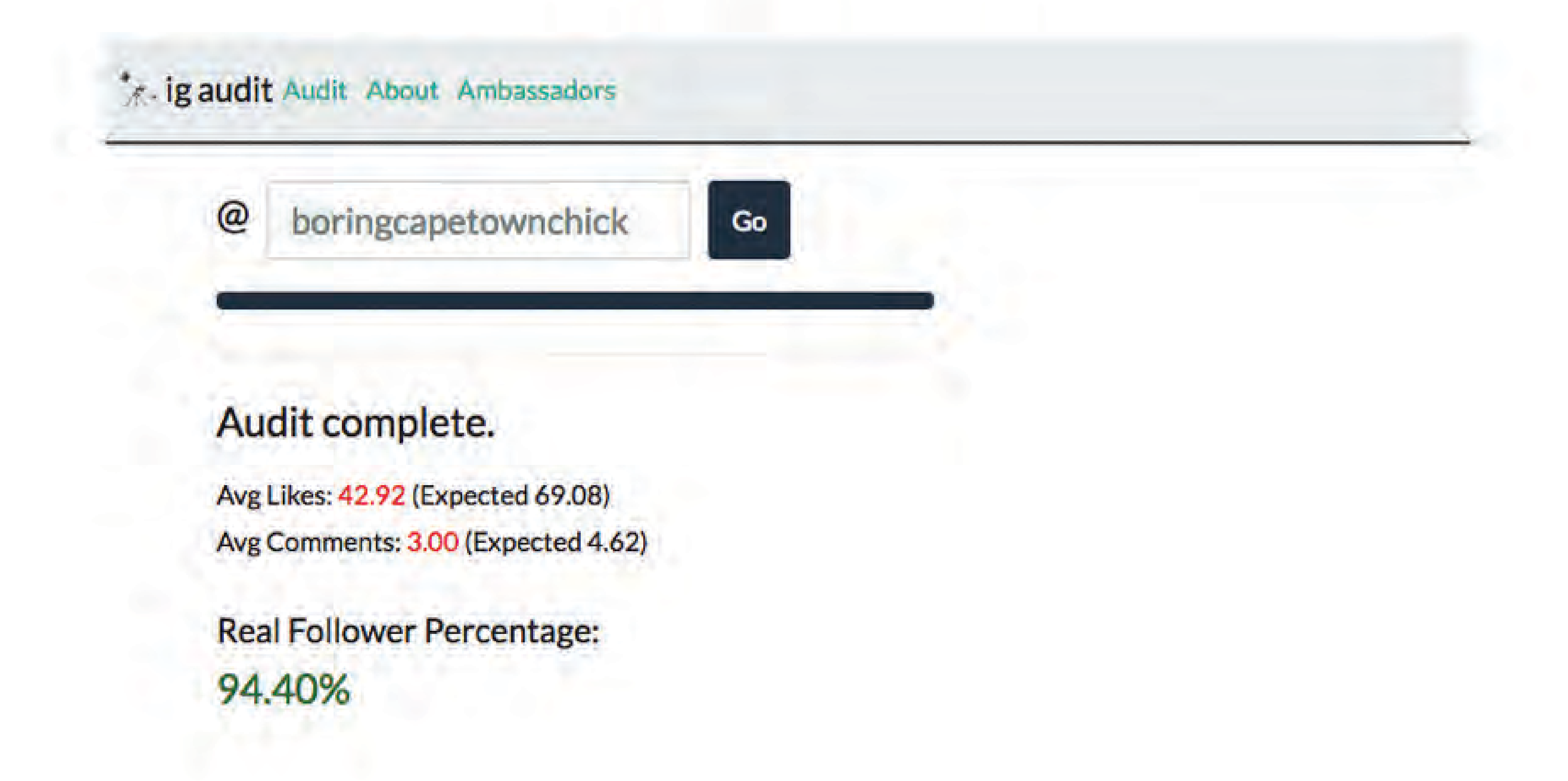

# أدوات الطرف الثالث

تساعدك هذه الأدوات في الحصول على فكرة عامة حول إحصاءات نمو الحساب ، مما يجعل من السهل معرفة نوع الحساب الذي تتعامل معه. لقد أدرجت أداتين يمكنك استخدامهما. للتذكير هذه الادوات لا تعطي نتائج 100% بل ما يقارب.

## Hype Auditor




## Igaudit






## مستعدّ لتنجح عالانستقرام؟ تسجّل بأكاديمية إنستقرام اليوم لتعرف كيف.

**نعم، أرني كيف أنجح على الانستقرام**

## في أكاديمية إنستقرام ستتعلّم:

- كيف تقوم بإنشاء محتوى بالطريقة الصحيحة لتجذب عدد كبير من التفاعل على حسابك
- سرّ البايو في حسابك و قوّتها في جذب المتابعين
- كيفية بناء حساب تحوّل المتابعين إلى زبائن
- لا يزال هناك سوء تفاهم حول مفهوم النجاح على الانستقرام:

- الحصول على عدد كبير من المتابعين جيّد لكن دون جدوى اذا كنت غير قادر على تحويلهم الى زبائن

- الحصول على لايكات عديدة على صورك يسعدك، لكن اللايكات وحدها لن تدفع فواتيرك

- اذا كنت شخص جدّي في استعمال الانستقرام للحصول على زبائن و تحقيق الأرباح هذا الكورس لك و يمكنك الحصول عليه اليوم!



# الفصل

# 07

## أدوات الانستقرام لنقل حسابك الى المرحلة التالية

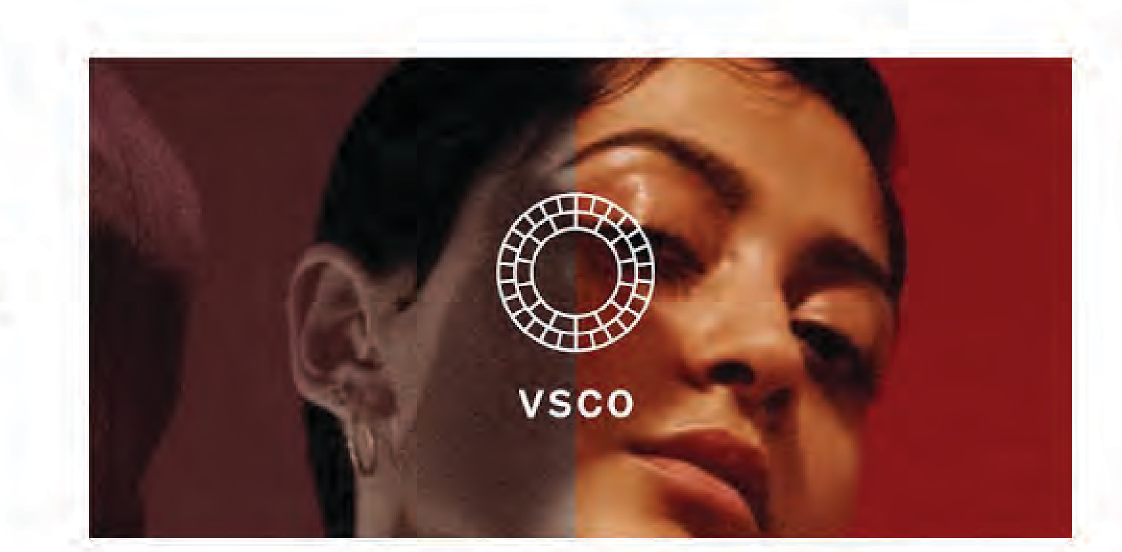
في هذا الدليل ، تحدثنا عن مدى اهمية المحتوى والمتابعين المشاركين والتواصل أمرًا ضروريًا لتطوير حسابك على الانستقرام - وعملك.
الانستقرام نفسه أداة تسويقية قوية بشكل لا يصدق، لكن التطبيق وحده لا يمكن أن يكون دائمًا تلبية الاحتياجات الخاصة بك كعلامة تجارية والمسوق.

لحسن الحظ ، هناك الكثير من أدوات الطرف الثالث لمساعدتك في الوصول إلى
الأهداف أثناء نمو وجودك في الانستقرام.

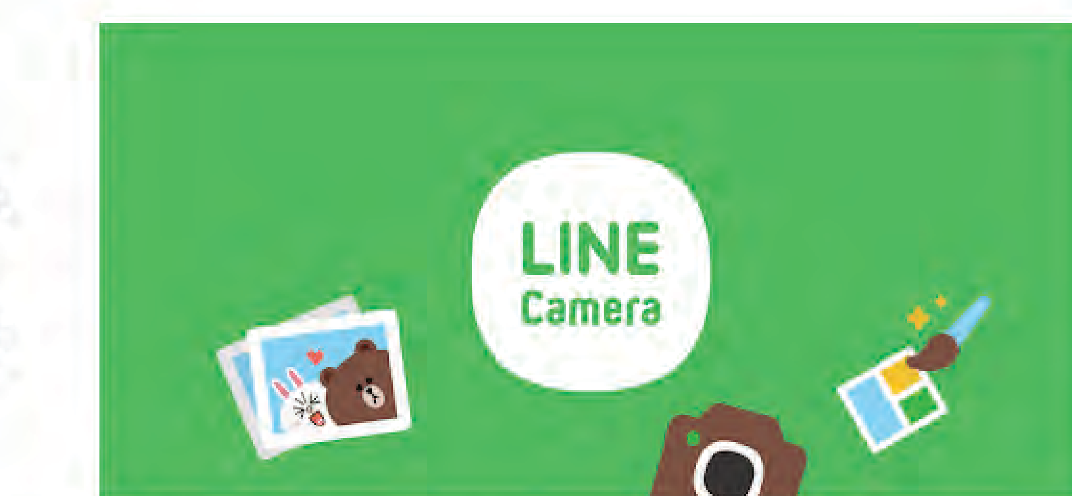


# التقاط الصور و تجميلها

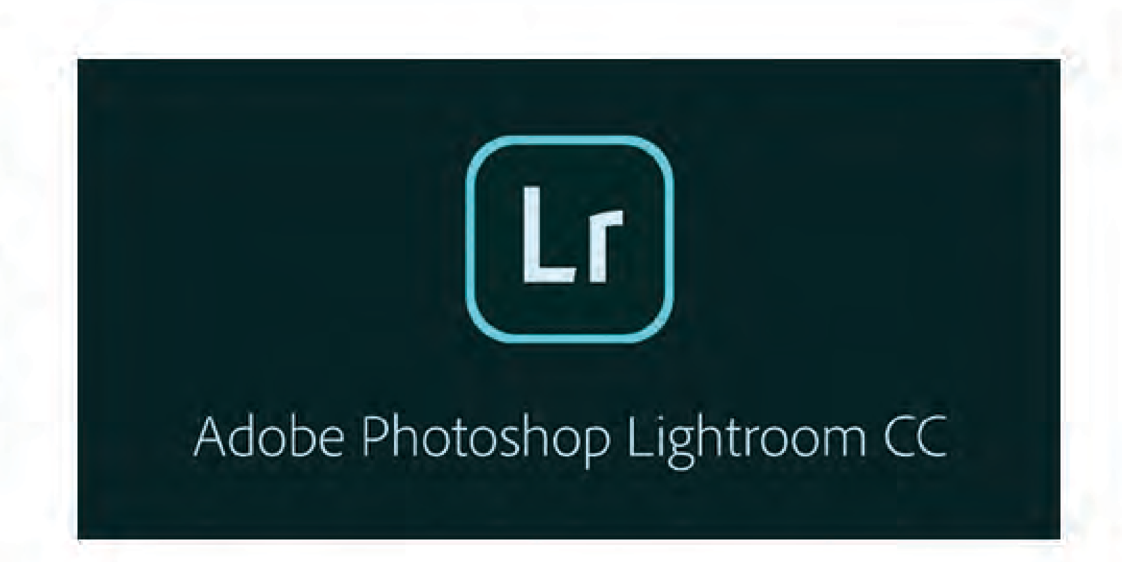
بينما يوفر الانستقرام للمستخدمين تطبيقًا كافيًا داخل التطبيق الكاميرا ومجموعة التحرير ، قد ترغب العلامات التجارية في البحث في مكان آخر لضمان برز محتواها تطبيقات تحرير الصور تقدم العديد من الفلتر ، اللون ، وخيارات التصحيح. يمكنك ضبط الإضاءة ، تكوين ، و العديد من الميزات. سهل الاستخدام ، ببساطة تحميل صورة من الكاميرا الخاصة بك ، وتنظيفه ، و حفظه مرة أخرى إلى هاتفك للنشر.




VSCO متاح للاندرويد و الايفون




Line camera متاح للاندرويد و الايفون




Lightroom متاح للاندرويد و الايفونالايفون

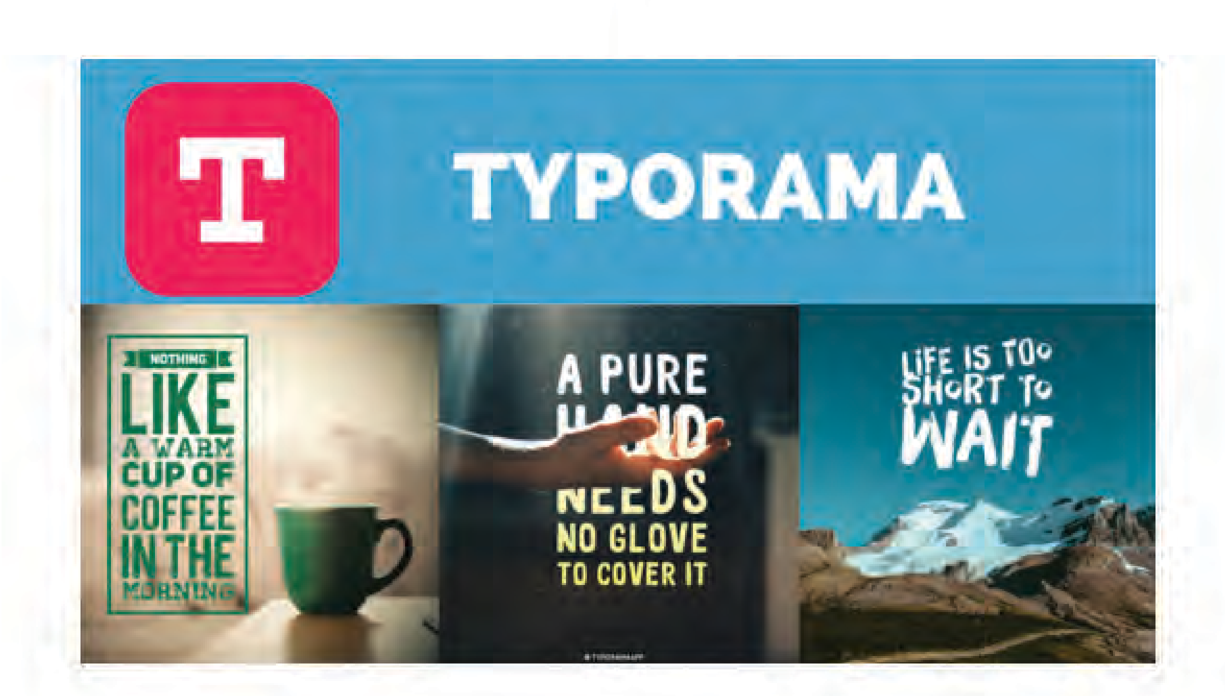


# الابتكار في الصور

ليس كل منشور تشاركه على الانستقرام يجب أن تكون الصورة ماخودة من مصور محترف. يمكن مشاركة كل انواع المحتوى في خلاصتك، بما في ذلك الاقتباس والنص القائم على الصور.

## Typorama للايفون

هو تطبيق اكتشاف الصور والتصميم. يمكنك سحب الصور من الأداة مصدر الصور الأسهم الحرة ، أو يمكنك تحميل الخاصة بك لتراكب مع النص. وهذا التطبيق تماما مثل تطبيقات تحرير الصور الأخرى ، يأتي مع مجموعته الخاصة من الفلتر.




## Photofy للاندرويد

مثل تايبوراما و لكن للاندرويد





# التقاط الفيديو

نشر مقاطع الفيديو على الانستقرام يمكن أن تشرك جمهورك بطريقة مختلفة ان كنت تبحث عن تنويع الفيديو الذي تنشره ، تحقق من هذه التطبيقات المفيدة.

## Hyperlapse from Instagram للايفون

مقطع الفيديو الزمني هو في الأساس الكثير من الصور التي تم تجميعها معًا في مقطع فيديو سريع. ان سبق لك أن شاهدت مقطع فيديو لتطبيق مكياج سريع أو وصفة أو حتى غروب الشمس ، لقد شاهدت جدول زمني. يساعدك من الانستقرام على التقاط تلك المدة الطويلة ويخلق فترات زمنية تفي بمعايير الفيديو في الانستقرام.

## Boomerang from Instagram للاندرويد و الايفون

boomerang نوعًا آخر من مقاطع الفيديو الشائعة جدًا على الانستقرام ، إنه في الأساس بضع ثوان من تشغيل الفيديو إلى الأمام ثم إلى الوراء. يسمح لك بالتقاط مقاطع الفيديو ونشرها لهم أو قصة.



## لنشر وإدارة المحتوى للاندرويد و الايفون

واحد من بضع أدوات جدولة محتوى الانستقرام يمكن أن تساعدك على تصور واستراتيجية ما المحتوى الذي تنشره ومتى ، وكذلك ما الهاشتاق المستخدم.



# في الختام

إنستغرام عبارة عن منصة ناضجة للحصول على فرصة تسويق.

زراعة مجتمع التواصل الاجتماعي ليس أمرًا مخيفًا. ركز على استراتيجية واحدة في كل مرة. تزايد حساب الانستقرام الخاص بك ليس ليلة وضحاها، ولكن من خلال إعداد ووضع الاستراتيجيات ، والنشر باستمرار ،سترى النتائج في وقت أقرب مما تعتقد. قد يكون لديك متعة حتى مع الأخذ في الاعتبار النادر الفرصة التي يقدمها لإجراء اتصالات أصيلة مع جمهورك.
وبمجرد رؤية المشاركة الخاصة بك ، والتحويل ، و ترتفع أعداد الإيرادات - سترى أن الأمر يستحق كل هذا العناء.
ترقبوا الدورة الصيفية قريبا نمي انستقرامك لينمو عملك.

# مستعدّ لتنجح عالانستقرام؟ تسجّل بأكاديمية إنستقرام اليوم لتعرف كيف.

**نعم، أرني كيف أنجح على الانستقرام**

## في أكاديمية إنستقرام ستتعلّم:

- كيف تقوم بإنشاء محتوى بالطريقة الصحيحة لتجذب عدد كبير من التفاعل على حسابك
- سرّ البايو في حسابك و قوّتها في جذب المتابعين
- كيفية بناء حساب تحوّل المتابعين إلى زبائن
- لا يزال هناك سوء تفاهم حول مفهوم النجاح على الانستقرام:

- الحصول على عدد كبير من المتابعين جيّد لكن دون جدوى اذا كنت غير قادر على تحويلهم الى زبائن

- الحصول على لايكات عديدة على صورك يسعدك، لكن اللايكات وحدها لن تدفع فواتيرك

- اذا كنت شخص جدّي في استعمال الانستقرام للحصول على زبائن و تحقيق الأرباح هذا الكورس لك و يمكنك الحصول عليه اليوم!






sarahrefai.com